

TAMPEREEN YLIOPISTO  
Johtamiskorkeakoulu

**GRI-ohjeiston mukaisen yhteiskuntavastuuraportoinnin kattavuus  
sekä yhteiskuntavastuuraportointiin vaikuttavia tekijöitä  
suomalaisella pankkisektorilla**

Yrityksen laskentatoimi  
Pro gradu -tutkielma  
Toukokuu 2013  
Ohjaaja: Salme Näsi

Mikko Papunen

# TIIVISTELMÄ

Tampereen yliopisto	Johtamiskorkeakoulu; yrityksen laskentatoimi
Tekijä:	PAPUNEN, MIKKO
Tutkielman nimi:	GRI-ohjeiston mukaisen yhteiskuntavastuuraportoinnin kattavuus sekä yhteiskuntavastuuraportointiin vaikuttavia tekijöitä suomalaisella pankkisektorilla
Pro gradu -tutkielma:	88 sivua, 1 liitesivu
Aika:	Toukokuu 2013
Avainsanat:	Yhteiskuntavastuu, yhteiskuntavastuuraportointi, Global Reporting Initiative, GRI-ohjeisto, toimintaindikaattori, sidosryhmä

---

Tämän tutkimuksen tavoitteena oli tutkia GRI-ohjeiston mukaisen yhteiskuntavastuuraportoinnin kattavuutta suomalaisella pankkisektorilla. Tämä tapahtui vertailemalla neljän casepankin vuoden 2011 yhteiskuntavastuuraportointia. Nämä casepankit ovat Danske Bank Oyj, Handelsbanken Suomi, Nordea Pankki Suomi Oyj -konserni sekä Tapiola Pankki Oy. Mittarina vertailussa käytettiin Global Reporting Initiativen laatimia toimintaindikaattoreita, jotka käsittelevät erilaisia yhteiskuntavastuullisia teemoja, kuten työterveyttä ja -turvallisuutta. Vertailu tapahtui yhteensä 83 toimintaindikaattorin avulla, jotka jakaantuvat taloudellisiin toimintaindikaattoreihin, ympäristöindikaattoreihin, sosiaalisiin toimintaindikaattoreihin sekä finanssialan toimialakohtaisiin lisäindikaattoreihin.

Tutkimuksen tavoitteena oli myös kartoittaa yhteiskuntavastuun taustalla vaikuttavia tekijöitä. Tutkimuksessa esitetään näitä tekijöitä sekä käsitellään sitä, miten nämä tekijät vaikuttavat casepankkien yhteiskuntavastuuraportointiin. Tutkimuksen tämä empiirinen osa toteutettiin teemahaastatteluina casepankkien asiantuntijoille. Lisäksi casepankkien asiantuntijoille lähetettiin ennen haastattelujen toteuttamista empirian ensimmäisen osan vertailu sähköpostitse, jotta pankkien edustajat näkivät, mikä on tutkimuksen fokus sekä tarkoitus.

Tutkimuksen teoreettisen osuuden tarkoituksena on tutustuttaa lukija yhteiskuntavastuun ja yhteiskuntavastuuraportoinnin aiheeseen sekä selittää aikaisempien teorioiden, sidosryhmäteorian ja legitimaatioteorian, avulla yritysten yhteiskuntavastuuraportointia. Yhteiskuntavastuun, yhteiskuntavastuuraportoinnin, sidosryhmäteorian sekä legitimaatioteorian lisäksi GRI-ohjeisto täydentää tutkimuksen teoreettista viitekehystä. GRI-ohjeisto on oleellinen osa tutkimuksen teoreettista viitekehystä, sillä tutkimuksen fokus on nimenomaan juuri GRI-ohjeiston mukaisessa yhteiskuntavastuuraportoinnissa.

Tutkimuksen tulokset osoittivat GRI-ohjeiston mukaisen yhteiskuntavastuuraportoinnin kattavuudessa suhteellisen suuria eroja. Tutkimuksen casepankit jakaantuivat selkeästi kahteen ryhmään verrattaessa casepankkien vuoden 2011 yhteiskuntavastuuraportoinnin kattavuutta. Lisäksi mm. toimintaindikaattorien määrittelemisessä oleellisiksi tai epäoleellisiksi havaittiin suuria eroja. Tutkimuksen empirian toisessa osassa sidosryhmät osoittautuivat merkittävimmäksi tekijäksi yhteiskuntavastuuraportoinnin taustalla. Muita tekijöitä olivat mm. GRI-ohjeisto sekä GRI:n toimintaindikaattorit, saatavilla olevan datan määrä sekä pankkien valitsema raportointitaso.

# SISÄLLYSLUETTELO

1 JOHDANTO .....	5
1.1 Tutkimuksen tausta .....	5
1.2 Tutkimuksen tavoite ja tutkimuskysymykset .....	7
1.3 Tutkimuksen rajaukset .....	8
1.4 Keskeisten käsitteiden määrittely .....	9
1.5 Tutkimusmenetelmät .....	10
1.6 Tutkimuksen kulku.....	11
2 TUTKIMUKSEN TEOREETTINEN VIITEKEHYKSI .....	14
2.1 Yritysten yhteiskuntavastuu .....	14
2.1.1 Liiketoiminnan ja yhteiskuntavastuun yhteensopivuus .....	16
2.1.2 Yritysten yhteiskuntavastuu nykyisessä liiketoimintaympäristössä .....	16
2.1.3 Yhteiskuntavastuullisen toiminnan vaikutukset.....	19
2.1.4 Pankit ja yhteiskuntavastuu.....	20
2.2 Yhteiskuntavastuun raportointi.....	23
2.2.1 Yrityksen koon ja muiden tekijöiden vaikutus yhteiskuntavastuun raportointiin .....	25
2.2.2 Yhteiskuntavastuun raportoinnin motiivit ja hyödyt .....	28
2.2.3 Sidosryhmäteoria yhteiskuntavastuun raportointia selittävänä teoriana .....	30
2.2.3.1 Yhteiskuntavastuun raportoinnin taustalla vaikuttavia sidosryhmiä.....	33
2.2.4 Legitiimititeoria yhteiskuntavastuun raportointia selittävänä teoriana .....	35
2.3 Global Reporting Initiative.....	37
2.3.1 GRI-ohjeisto .....	38
2.3.2 Näkemyksiä GRI-ohjeistosta .....	41
2.3.3 GRI ja sidosryhmät.....	42
2.4 Tutkimuksen teoreettisen viitekehyksen yhteenveto .....	43
3 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS.....	46
3.1 Casepankkien esittely .....	46
3.1.1 Handelsbanken Suomi .....	46
3.1.2 Nordea Pankki Suomi Oyj -konserni .....	47
3.1.3 Danske Bank Oyj .....	47
3.1.4 Tapiola Pankki Oy .....	48
3.2 Pankkien asiantuntijoiden esittely .....	48

3.3 Aineiston analyysi .....	49
3.3.1 Yhteiskuntavastuuraporttien analysointi .....	50
3.3.2 GRI-indeksien analysointi .....	52
4 TUTKIMUKSEN TULOKSET .....	54
4.1 GRI-ohjeiston mukaisen yhteiskuntavastuuraportoinnin kattavuus suomalaisella pankkisektorilla....	54
4.1.1 Taloudellisten toimintaindikaattoreiden noudattaminen raportoinnissa .....	55
4.1.2 Ympäristöindikaattoreiden noudattaminen raportoinnissa .....	57
4.1.3 Sosiaalisten toimintaindikaattoreiden noudattaminen raportoinnissa .....	61
4.1.4 Finanssialan toimialakohtaisten lisäindikaattoreiden noudattaminen raportoinnissa.....	65
4.2 Tutkimuspankeille tehdyt teemahaastattelut .....	67
4.2.1 Yhteiskuntavastuuraportointiin vaikuttavia tekijöitä .....	68
4.2.2 Yhteiskuntavastuuraportointi ja sidosryhmät .....	71
4.3 Tutkimuksen keskeiset tulokset .....	73
5. Johtopäätökset ja jatkotutkimusaiheet.....	76
Lähteet.....	82
LIITE 1. Haastattelukysymykset .....	89

# 1 JOHDANTO

## 1.1 Tutkimuksen tausta

Yritysten yhteiskuntavastuusta on kehittynyt globaali puheenaihe viimeisten vuosikymmenien aikana (Amberla, Anderson, Hansen, Juslin, Panwar & Wang 2011, 472). Yhteiskuntavastuu on saavuttanut merkittävän aseman sekä akateemisessa maailmassa että käytännön yrityselämässä (Garrido-Morgado & Melo 2012, 12). Yritykset myös raportoivat yhteiskuntavastuullisesta toiminnastaan kasvavassa määrin, ja yhteiskuntavastuuseroitteiden määrä onkin kasvanut räjähdysmäisesti viimeisten vuosikymmenten aikana. Vuonna 1992 julkaistiin maailmanlaajuisesti ainoastaan 26 yhteiskuntavastuuseroitteita. 19 vuotta myöhemmin, vuonna 2011, maailmassa julkaistiin yhteensä 6349 yhteiskuntavastuuseroitteita. (Corporate Register 2012a)

Globalisaatio, nopea tiedonsiirron mahdollisuus ja talousmarkkinoiden kehitys ovat synnyttäneet kasvavan tarpeen kansainvälisille säännöille, jotka toimisivat maailmanlaajuisina raportointistandardeina yhteiskuntavastuuseroitteille. Standardit varmistaisivat yhteiskuntavastuullisen toiminnan toteutumisen liike-elämässä, ja ne myös kannustaisivat yrityksiä toimimaan vastuullisemmin. (Aras 2008, 87) GRI on kehittänyt kokonaisvaltaisen viitekehyksen yhteiskuntavastuulliseen raportointiin. Tämä raportointin viitekehys käsittää raportoinnin ohjesäännöt, toimialakohtaiset suositukset sekä muita resursseja. GRI:n mukaan yritys pyrkii omalla toiminnallaan rakentamaan luottamusta yritysten ja niiden sidosryhmien välille. Tavoitteena on yritystoiminnan kehittäminen läpinäkyvämpään ja vastuullisempaan suuntaan. (Global Reporting Initiative 2012a)

Niskalan, Pajusen ja Tarna-Manin (2009, 9) mukaan uudet työkalut ja vaatimukset mahdollistavat yhteiskuntavastuutietojen mittaamisen sekä yhteiskuntavastuuseroitteiden kehityksen kohti normaaleja tilinpäätös- ja kirjanpitoikäytäntöjä. GRI päivitti syksyllä 2006 raportointiohjeistoaan, mikä on tutkijoiden mukaan lisännyt täsmällisyyttä yhteiskuntavastuuseroitteisiin. Josephin mukaan (2012, 97) GRI tarjoaa yksityiskohtaiset ohjeet yrityksille siitä, mitä yritysten tulisi raportoida ja miten

raportoida eri yhteiskuntavastuun osa-alueista. Leszczynskan mukaan (2012, 923) nykyiset raportointistandardit kattavat omistajien tarpeet. GRI-standardit kattavat tutkijan mukaan kaikki relevantit yhteiskuntavastuun aihealueet. Ongelmana tutkija näkee organisaatioiden raportoinnin; standardien mukaan raportoidaan vain osittain. Hän kuitenkin korostaa ei-taloudellisen raportoinnin tärkeyttä niin sijoittajille kuin myös talon sisäiselle johdolle heidän arvioidessa tulevaisuuden riskejä.

Vuoden 2011 kaikista 6349 yhteiskuntavastuuraportista (Corporate Register 2012a) hieman yli 40 % on Global Reporting Initiativen laatiman raportointiohjeiston mukaisia yhteiskuntavastuuraportteja. GRI-ohjeiston mukaisiksi yhteiskuntavastuuraporteiksi laskettiin kaikki raportit, jotka noudattivat vuoden 2002 versiota tai G3-versiota GRI-ohjeistosta. (Corporate Register 2012b) Raporteista julkaistiin 47 % Euroopassa, 17 % Aasiassa, 14 % Latinalaisessa Amerikassa, 14 % Pohjois-Amerikassa, 5 % Oseaniassa ja 3 % Afrikassa (Global Reporting Initiative 2012b, 6).

Sektoreista finanssisektorilla julkaistiin eniten GRI-ohjeiston mukaisia yhteiskuntavastuuraportteja vuonna 2011 (Global Reporting Initiative 2012b, 11). Mandhachitaran & Poolthongin (2011, 128-129) mukaan pankkien toiminnan tulee olla läpinäkyvää. Tutkijoiden mukaan yhteiskuntavastuun ja asiakasuskollisuuden välillä on havaittavissa voimakas positiivinen regressio. Pankit voivatkin parantaa asiakasuskollisuuttaan yhteiskuntavastuullisella toiminnalla.

Yhteiskuntavastuullisen toiminnan lähtökohdat ovat yrityksissä nykytilanteessa kuitenkin hieman haastavat, sillä meneillään oleva talouskriisi on aiheuttanut sen, että yritykset todennäköisesti pohtivat ensisijaisesti selviytymistään haastavasta tilanteesta yritysvastuun ollessa toissijainen prioriteetti (Jothi 2010, 93). Josephin (2012, 105) mukaan lyhyen aikavälin kustannukset voivat nousta esteeksi vastuulliselle toiminnalle, vaikka pitkän aikavälin hyödyt saattaisivat olla huomattavat. Cerrutin, Loockin, Muyotin ja Pelozan (2012, 74) mukaan yritysten toiminnan ja sidosryhmien odotusten välille onkin nykyään havaittavissa kuilu.

KPMG:n (2011a) tutkimus kuitenkin osoittaa, että yhteiskuntavastuullisessa toiminnassa sekä yhteiskuntavastuuraportoinnissa nähdään myös mahdollisuuksia. Yhteiskuntavastuuraportoinnissa ei ole enää pelkästään kyse yhteiskuntavastuullisena

toimijana esittäytymisestä; yritykset ovat ymmärtäneet, että yhteiskuntavastuuraportointi edesauttaa oppimista ja innovaatioita, mitä kautta liiketoiminta voi kehittyä ja kasvaa. Ne yritykset, jotka eivät vielä raportoi yhteiskuntavastuustaan, ovat paineen alaisena aloittaa yhteiskuntavastuuraportoinnin prosessi. Kyseessä ei ole ainoastaan kilpailukyvyyn säilyttäminen yhteiskunnallisessa kontekstissa vaan myös yhteiskuntavastuullisen toiminnan hyötyjen ja vaikutusten ymmärtäminen. (KPMG 2011a, 2)

## **1.2 Tutkimuksen tavoite ja tutkimuskysymykset**

Tämän tutkimuksen tavoitteena on tutkia, kuinka kattavasti yritykset raportoivat GRI-ohjeiston mukaisesti yhteiskuntavastuustaan suomalaisella pankkisektorilla. Lisäksi tavoitteena on kartoittaa yhteiskuntavastuuraportointiin vaikuttavia tekijöitä sekä ymmärtää näiden tekijöiden merkitys tutkimuksen casepankeille. Yritysten sidosryhmät ovat esimerkki yhteiskuntavastuuraportointiin vaikuttavista tekijöistä.

Tutkimustavoitteen ja teemahaastattelujen teemojen pohjalta, jotka ovat yhteiskuntavastuu ja yhteiskuntavastuuraportointi, yhteiskuntavastuuraportoinnin sisältö, GRI:n luomat toimintaindikaattorit ja yhteiskuntavastuuraportointi sekä yhteiskuntavastuuraportointi ja sidosryhmät, tutkimuskysymyksiksi nousevat seuraavat kysymykset:

1. Kuinka kattavasti yritykset raportoivat yhteiskuntavastuustaan GRI:n luomien toimintaindikaattoreiden perusteella?
2. Mitä tekijöitä vaikuttaa yhteiskuntavastuuraportoinnin taustalla ja miten sidosryhmät huomioidaan yhteiskuntavastuuraportteja tehdessä?

### 1.3 Tutkimuksen rajaukset

Tutkimuksen casepankit ovat Danske Bank Oyj (tästä eteenpäin Danske Bank), Handelsbanken Suomi (tästä eteenpäin Handelsbanken), Nordea Pankki Suomi Oyj -konserni (tästä eteenpäin Nordea), sekä Tapiola Pankki Oy (tästä eteenpäin Tapiola Pankki). Nämä pankit on valittu tutkimuksen casepankeiksi, koska ainoastaan kyseiset yritykset noudattavat GRI-ohjeistoa yhteiskuntavastuuraportoinnissaan suomalaisella pankkisektorilla. Suomalainen pankkisektori kattaa tässä tutkimuksessa ainoastaan yhdeksän suurinta kotimaista pankkia tai pankkikonsernia, koska näiden pankkien markkinaosuus on niin huomattava suomalaisella pankkisektorilla; yhdeksän suurimman pankin ja pankkikonsernin markkinaosuus on yli 90 % sekä talletuksissa että lainoissa mitattuna (Finanssialan keskusliitto 2012a, 3). Viisi muuta suurinta yritystä suomalaisella pankkisektorilla eivät raportoineet yhteiskuntavastuustaan GRI-ohjeiston mukaisesti vuonna 2011, eikä tässä tutkimuksessa tutkita näiden viiden pankin yhteiskuntavastuuraportointia.

Tutkimuksen empiirisessä osiossa vertaillaan casepankkien vuoden 2011 yhteiskuntavastuuraportteja (Danske Bank 2012a; Handelsbanken 2012a; Nordea 2012; Tapiola Pankki 2012a) sekä GRI-indeksejä (Danske Bank 2012b; Handelsbanken 2012a; Nordea 2012; Tapiola Pankki 2012b). Kaikkien tutkimuksen casepankkien vuoden 2011 yhteiskuntavastuuraportit on laadittu konsernitasolla. Lisäksi Danske Bankin, Handelsbankenin sekä Nordean vuoden 2011 yhteiskuntavastuuraportit käsittävät niiden toimintaa niissä maissa, missä casepankeilla on pankkitoimintaa. Tapiola -ryhmän vuoden 2011 yhteiskuntavastuuraportti kattaa Tapiola Pankin lisäksi Vahinko-Tapiolan, Henki-Tapiolan, Eläke-Tapiolan, Tapiola Varainhoidon, Kiinteistö-Tapiola -konsernin ja Tieto-Tapiolan toiminnot. Vaikka pankkien vuoden 2011 yhteiskuntavastuuraportit on laadittu konsernitasolla, niin tutkimus on silti rajattu koskemaan ainoastaan Danske Bankin, Handelsbankenin, Nordean ja Tapiola Pankin toimintaa suomalaisella pankkisektorilla. Konsernitason raportointia ei kuitenkaan nähdä tässä tutkimuksessa tulosten merkittävyyden kannalta ongelmallisena asiana, sillä yhteiskuntavastuullisuus ja toimintamallit ovat todennäköisesti hyvin yhteneviä samaan konserniin kuuluvien yritysten välillä.



Tutkimuksen casepankeista Danske Bank muutti nimeään Sampo Pankista Danske Bankiksi virallisesti 15.11.2012 (Danske Bank 2013a). Danske Bankista käytetään tässä tutkimuksessa kuitenkin ainoastaan yrityksen nykyistä nimeä Danske Bank. Tähän rajaukseen ei vaikuta, vaikka yrityksestä käsiteltäisiin sellaisia asioita, jotka olisivat tapahtuneet jo ennen yrityksen nimen vaihtoa.

Luvussa 4.1, jossa vertaillaan pankkien vuoden 2011 yhteiskuntavastuuraippottien kattavuutta, GRI:n laatimien toimintaindikaattoreiden käyttö raportoinnissa on ainoa mittari, jonka mukaan casepankkeja vertaillaan. Muiden ohjeistojen tai mittareiden käyttöä ei tutkita tai huomioida tutkimuksen empiirisessä osassa. Toimintaindikaattoreiden käytön vertailussa on tehty myös muutamia rajoituksia koskien epäoleellisia toimintaindikaattoreita. Tämä asia käsitellään kuitenkin tarkemmin luvussa tutkimuksen empiirisessä osiossa.

Tutkimuksessa ei tehdä rajoituksia yhteiskuntavastuuraippottien tai GRI-indeksien ulkoisen verifiointin perusteella. Tämä tarkoittaa sitä, että pankkien itsensä GRI-indeksissä ilmoittama toimintaindikaattoreiden noudattaminen huomioidaan tutkimuksen aineistona, vaikka indeksiä tai yhteiskuntavastuuraippottia ei olisikaan varmennettu. Ulkoisesta verifiointista on kuitenkin kysytty pankkien edustajille tehdyissä haastatteluissa, ja asia huomioidaan tulosten käsittelyssä ja johtopäätösten teossa.

## 1.4 Keskeisten käsitteiden määrittely

*GRI:n raportoinnin viitekehys, GRI-ohjeisto, GRI:n toimintaindikaattorit ja GRI-indeksi*

GRI:n raportoinnin viitekehys toimii ohjenuorana yrityksillä siitä, mitä niiden tulisi raportoida yhteiskuntavastuuraippotteissaan ja miten näistä asioista tulisi raportoida. Raportoinnin viitekehys sisältää GRI-ohjeistot, periaatteet ja ohjeistuksen sekä perussisällön toimialakohtaisina liitteineen. GRI-ohjeisto tarjoaa puolestaan ohjeistuksen raportin sisällönmäärittelyyn, tiedon laadunvarmennuksen periaatteisiin, toiminta- ja muista indikaattoreista koostuvaan perussisältöön sekä raportoinnin teknisiin käytäntöihin. GRI:n toimintaindikaattorit ovat indikaattoreita, joiden avulla on tarkoitus saada vertailukelpoista tietoa eri yritysten taloudellisesta, sosiaalisesta sekä

ympäristösuoriutumisesta. (Global Reporting Initiative 2008, 3, 5) GRI-indekseissä yritykset raportoivat siitä, kuinka ne ovat noudattaneet yhteiskuntavastuura-portoinnissaan GRI:n laatimia toimintaindikaattoreita (kts. esim. Danske Bank 2012b, Handelsbanken 2012a, Nordea 2012 ja Tapiola Pankki 2012b).

## 1.5 Tutkimusmetodit

Tämä tutkimus on case-tutkimus kotimaisen pankkisektorin neljästä eri toimijasta. Hirsjärven, Remeksen ja Sajavaaran (2007, 130) mukaan case- eli tapaustutkimukselle on tyypillistä se, että tavoitteena on ilmiöiden kuvailu. Tyypillistä on myös yksittäisen tapauksen tai joukon tapauksia valitseminen sekä aineiston keruu eri metodeilla, kuten haastatteluilla tai dokumentteja tutkimalla. Nämä edellä mainitut tapaustutkimuksen ominaispiirteet ovat havaittavissa myös tässä tutkimuksessa; tavoitteena on yhteiskuntavastuuraortoinnin ja sen kattavuuden kuvailu, tutkimuksen tarkastelujoukoksi on valittu neljä toimijaa suomalaiselta pankkisektorilta ja aineistoa on kerätty eri metodeilla, sillä casepankkien edustajia on haastateltu sekä pankkien vuoden 2011 yhteiskuntavastuuraortteja ja GRI-indeksejä on hyödynnetty. GRI-indeksien pohjalta tehty vertailu sekä casepankkien asiantuntijoiden haastattelut esitetään luvussa neljä.

Tutkimus on myös kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus. Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara (2007, 130) mainitsevat kvalitatiiviselle tutkimukselle tyypillisistä piirteistä mm. laadullisten metodien käytön aineiston hankinnassa, tarkastelujoukon tarkoituksenmukaisen valinnan sekä induktiivisen analyysin. Myös nämä kaikki piirteet voidaan havaita tässä tutkimuksessa. Tutkimuksen empiriaosuutta varten casepankkien edustajille on tehty teemahaastattelut, jotka tutkijat mainitsevat laadullisina metodeina aineiston hankinnassa. Tarkastelujoukon valinta voidaan nähdä myös hyvin tarkoituksenmukaisena, sillä casepankit on valittu tutkimukseen, koska ne raportoivat yhteiskuntavastuustaan GRI-ohjeiston mukaisesti ja toimivat suomalaisella pankkisektorilla. Induktiiviselle analyysille on Hirsjärven, Remeksen ja Sajavaaran (2007, 130) mukaan tyypillistä aineiston läpikotainen tarkastelu. Tämä piirre voidaan nähdä tässä tutkimuksessa sekä pankkien vuoden 2011 yhteiskuntavastuuraorttien ja

GRI-indeksien analysoinnissa että tutkimuksen empiirisen osan toimintaindikaattorivertailussa.

Yhteiskuntavastuuraporttien analysointiin on käytetty sisällönanalyysiä. Hirsjärven, Remeksen ja Sajavaaran (2007, 162) mukaan sisällönanalyysi on tutkimusmetodi, joka on kiinnostunut kielen piirteistä sekä sisällön kommunikaatiotavoista. Tätä tutkimusta varten casepankkien vuoden 2011 yhteiskuntavastuuraportteja on pyritty analysoimaan erittäin tarkasti ja huomiota kiinnitettiin myös edellä mainittuihin tekijöihin. Yhteiskuntavastuuraporttien analysointi esitetään luvussa 3.3.1.

Tutkimuksen aineisto on lähinnä kvalitatiivista. Rantalan (2007, 111) mukaan laadullista aineistoa ei voida tai haluta muokata numeeriseen muotoon. Tutkija mainitsee haastatteluaineiston yhtenä tällaisena aineistona. Niin kuin aiemmin jo mainittiin haastatteluaineisto on tutkimuksen aineiston yksi osa. Tämän lisäksi yhteiskuntavastuuraporteissa ja GRI-indekseissä esiintyvä teksti on pitkälti kvalitatiivista, vaikka myös numeerista dataa löytyy pankkien vuoden 2011 yhteiskuntavastuuraporteista.

## 1.6 Tutkimuksen kulku

Tutkimuksen teoriaosuuden alussa, tutkimuksen toisessa luvussa, tarkastellaan yhteiskuntavastuun sisältöä sekä sen merkitystä nykyisen liiketoimintaelämän yhtenä osa-alueena. Lisäksi tarkastellaan pankkien ja yhteiskuntavastuun välistä suhdetta. Tämän jälkeen painopiste siirtyy yhteiskuntavastuuraportointiin. Yhteiskuntavastuuraportoinnin yhteydessä tarkastellaan eri tekijöiden vaikutusta raportointiin sekä raportoinnin hyötyjä ja motiiveja. Sidosryhmäteorian avulla pyritään selittämään eri tekijöiden vaikutusta yhteiskuntavastuuraportoinnin taustalla. Lisäksi legitimaatio-teorian kautta pyritään selittämään pankkien yhteiskuntavastuuraportointia legitimitietin rakentamisen avulla. Global Reporting Initiativen organisaatio sekä yrityksen laatima GRI-ohjeisto täydentää tutkimuksen teoreettisen viitekehyksen. GRI-ohjeiston versioista käsitellään erityisesti G3-versiota, jota tutkimuksen casepankit ovat noudattaneet vuoden 2011 yhteiskuntavastuuraporteissaan. Lisäksi aikaisemmasta tutkimuksesta tuodaan esille erilaisia näkemyksiä GRI-ohjeiston toimimisesta

kansainvälisenä raportointistandardistona. Luvun lopuksi tehdään yhteenveto tutkimuksen teoreettisesta viitekehyksestä ja esitetään teoreettisen viitekehyksen eri osa-alueiden riippuvuussuhteet toisistaan.

Tutkimuksen kolmas luku käsittelee tutkimuksen toteutusta. Tässä luvussa esitellään tutkimuksen casepankit ja haastattelut antaneet casepankkien edustajat sekä analysoidaan tutkimuksen aineisto. Casepankkien suhteen esitellään merkittävimmät tunnusluvut pankkien toiminnasta suomalaisella pankkisektorilla. Pankkien edustajien suhteen esitellään asiantuntijoiden rooli ja merkitys casepankkien yhteiskuntavastuuraportoinnissa. Aineiston analyysiä käsittelevässä alaluvussa analysoidaan casepankkien vuoden 2011 GRI-indeksejä sekä pankkien yhteiskuntavastuuraportteja. Tutkimuksen aineiston kolmatta osaa, casepankkien haastatteluvastauksia, analysoidaan tutkimuksen empiirisessä osassa sekä johtopäätöksissä.

Tutkimuksen neljäs luku on tutkimuksen empiirinen osuus, joka jakaantuu kahteen osaan. Ensimmäisessä osassa vertaillaan GRI-ohjeiston mukaisen yhteiskuntavastuuraportoinnin kattavuutta suomalaisella pankkisektorilla. Tämä tapahtuu vertailemalla tutkimuksen casepankkien vuoden 2011 GRI-indeksejä, joissa pankit ovat ilmoittaneet, miten ne ovat noudattaneet GRI:n laatimia toimintaindikaattoreita vuoden 2011 yhteiskuntavastuuraporteissaan. Vertailu tapahtuu siten, että tarkastellaan kuinka monen eri GRI:n toimintaindikaattorin mukaisesti pankkien yhteiskuntavastuuraportit on laadittu. Tarkastelu tapahtuu yhteensä 83 eri toimintaindikaattorin avulla.

Haastattelukysymykset (liite 1) sekä tutkimuksen empirian ensimmäisen osan tulokset lähetettiin sähköpostitse tutkimuksen casepankkien edustajille ennen empirian toisen osan suorittamista. Näin pyrittiin tarjoamaan yleiskuva tutkimuksen empirian rakentumisesta ja tutkimuksen fokuksesta sekä antamaan vertailuarvoja toisista kilpailevista pankeista casepankkien edustajille jo ennen varsinaisia haastatteluja. Empirian toinen osa toteutettiin tämän jälkeen haastatteluina. Empirian toisessa osassa esitetään haastatteluissa esille nousseita casepankkien edustajien näkemyksiä pankkiensa yhteiskuntavastuuraportoinnista. Näitä haastatteluvastauksia lisäksi analysoidaan sekä tutkimuksen empiirisessä osassa että tutkimuksen johtopäätöksissä.

Tutkimuksen viidennessä luvussa esitetään tutkimuksen johtopäätökset sekä mahdolliset jatkotutkimusaiheet. Johtopäätöksien yhteydessä pyritään myös peilaamaan tutkimuksen tuloksia tutkimuksen teoreettiseen viitekehykseen. Jatkotutkimusaiheiden osalta tuodaan sellaisia näkökulmia esille, joita tulevaisuudessa tutkimuksissa voitaisiin mahdollisesti hyödyntää.

## 2 TUTKIMUKSEN TEOREETTINEN VIITEKEHYS

### 2.1 Yritysten yhteiskuntavastuu

Yritysten yhteiskuntavastuusta on tullut merkittävä aihealue liiketoiminnan ympärillä viimeisten vuosien aikana (Goss & Roberts 2011, 1794). Termistö yhteiskuntavastuuteeman ympärillä on muodostunut hyvin laajaksi; sosiaalinen yhteiskuntavastuu on esimerkki suorasta suomenkielisestä vastineesta englannin kielen termille corporate social responsibility (CSR). Kestävää kehitystä käytetään myös yleisesti synonyymina yhteiskuntavastuulle. Englanninkielinen termistö aihealueen ympärillä on kuitenkin vielä huomattavasti kattavampi kuin suomenkielinen termistö. (Talvio & Välimaa 2004, 37 - 38)

Yritysten yhteiskuntavastuu on määritelty lukuisilla eri tavoilla (Aristotelous & Martoudi Demetriou 2011, 91). Yritysten yhteiskuntavastuu tai corporate social responsibility (CSR) määritellään tässä tutkimuksessa Niskalan ym. (2009, 19) määritelmän mukaisesti: ”Yrityksen yhteiskuntavastuu on vastuuta yritystoiminnan vaikutuksista ympäröivään yhteiskuntaan, ympäristöön ja yrityksen sidosryhmiin.” Tässä tutkimuksessa käytetään yrityksen yhteiskuntavastuun termiä, kun on oletettu, että aiemmassa kirjallisuudessa on tarkoitettu kyseistä aihealuetta, vaikka käytetty terminologia on saattanut olla toinen. Kirjallisuudessa esiintyviä, hyvin samaa tarkoittavia termejä, kuten kestävä kehitys, yritysvastuu, sustainable development, ei käytetä tässä tutkimuksessa.

Yhteiskuntavastuu jaetaan perinteisesti kolmeen eri osa-alueeseen, jotka ovat taloudellinen vastuu, ympäristövastuu sekä sosiaalinen vastuu (kts. esim. Niskala ym. 2009, 19). Yhteiskuntavastuuraportoinnissa käytetään myös perinteisesti tätä yhteiskuntavastuun kolmijakoa (Christofi, Christofi ja Sisaye 2012, 169). Niskalan ym. (2009, 19) mukaan yritysten taloudellisessa vastuussa on kyse sekä sidosryhmiin kohdistuvien liiketoiminnan vaikutusten huomioimisesta että liiketoiminnan kestävyyydestä huolehtimisesta. Verot yhteiskunnalle ja palkat työntekijöille ovat esimerkkejä yrityksen välittömistä vaikutuksista yrityksen sidosryhmille.

Ympäristövastuussa vastuullisen toiminnan keskiöön nousee ekologisen ympäristön huomioiminen. Yritysten kannalta oleellisiksi tekijöiksi muodostuvat mm. luonnon monimuotoisuuden turvaaminen, ilmaston muutoksen torjunta sekä säästäväinen luonnonvarojen käyttö. Yritysten sosiaalista vastuuta kuvaavat puolestaan sen eri osa-alueet, jotka ovat ihmisoikeuksien kunnioittaminen, tuotevastuu ja kuluttajansuojakysymykset sekä henkilöstön hyvinvoinnista ja osaamisen kehittämisestä huolehtiminen. Myös hyvät toimintatavat lähiyhteisö- ja yhteiskuntasuhteissa sekä muiden yritysten kanssa ovat sosiaalisen vastuun osa-alueita.

Cranen, Mattenin ja Spencen (2008, 7) mukaan yleisessä keskustelussa, joka käsittelee yritysten yhteiskuntavastuuta, nousee lähes aina esille tietyt elementit, joiden ajatellaan olevan osa yritysten yhteiskuntavastuuta. Tutkijat esittävät kirjassaan yhteensä kuusi tyypillisintä ominaispiirrettä yritysten yhteiskuntavastuulle. Nämä ominaispiirteet ovat vapaaehtoisuus, ulkoisvaikutusten hallitseminen ja sisäistäminen, monisidosryhmäorientoituminen, sosiaalisten ja taloudellisten vastuiden sovittaminen, käytäntö ja arvot sekä epäitsekäs tai filantrooppinen toiminta.

Vapaaehtoisuudella tarkoitetaan yritysten yhteiskuntavastuun yhteydessä erityisesti toimintaa, joka ylittää lain asettamat vaatimukset. Ulkoisvaikutusten hallitseminen ja sisäistäminen tarkoittaa puolestaan ulkoisvaikutusten huomioimista päätöksenteossa, ja ulkoisvaikutusten sisällyttämistä yrityksen kustannuksiin. Yhteiskuntavastuullisesta näkökulmasta vieläkin suotavampaa olisi se, jos yritys toiminnallaan ehkäisisi negatiivisia ulkoisvaikutuksia, esimerkiksi sijoittamalla ympäristöteknologioihin. (Crane ym. 2008, 7)

Monisidosryhmäorientoituminen viittaa yrityksen laajaan sidosryhmäverkostoon. Omistajien lisäksi yrityksen voidaan nähdä olevan vastuussa myös muille sidosryhmilleen. Sosiaalisten ja taloudellisten vastuiden sovittaminen tarkoittaa pehmeiden arvojen sovittamista taloudellisten intressien kanssa. Yhteiskuntavastuullisella toiminnalla yritys voi jopa vaikuttaa positiivisesti tulokseensa. (Crane ym. 2008, 7) KPMG:n (2011a, 16) vuoden 2010 tutkimuksen mukaan 48 % yritysjohtajista uskoo yhteiskuntavastuullisen toiminnan vaikuttavan positiivisesti kannattavuuteen. Vuonna 2008 vastaava luku oli vain 31 %, mikä on osoitus yhteiskuntavastuullisen valvetuneisuuden selvästä kasvusta.

Käytäntö yhtenä yhteiskuntavastuun ominaispiirteenä tarkoittaa yksinkertaisesti sitä, että yhteiskuntavastuu ilmenee etenkin yritysten käytännön toiminnassa. Arvoilla tutkijat puolestaan viittavat siihen, että osa ihmisistä kokee yhteiskuntavastuun vielä laajempaan arvomaailman kokonaisuutena. Kuudes tunnusmerkki, epäitsekkäis tai filantrooppinen toiminta, viittaa siihen, että yritystoiminnalla on välittömiä vaikutuksia yrityksen elinympäristöön. Tämän ajattelumallin mukaan olisi suotavaa, jos yhteiskuntavastuu sisällytettäisiin yrityksen perusfunktioihin. (Crane ym. 2008, 7)

### **2.1.1 Liiketoiminnan ja yhteiskuntavastuun yhteensopivuus**

Yritystoiminnan ja yhteiskuntavastuun yhteensopivuudesta on esitetty erilaisia mielipiteitä (Talvio & Välimaa, 2004, 23). Osakeyhtiölaki näkee yritysten yhteiskunnallisen vastuun hyvin kapea-alaisena: ”Yhtiön toiminnan tarkoituksena on tuottaa voittoa osakkeenomistajille, jollei yhtiöjärjestyksessä määrätä toisin” (OYL 1:5). Taloustieteiden nobelistin Milton Friedmanin mukaan yrityksen ainoa yhteiskuntavastuullinen velvollisuus on kasvattaa yrityksen omistajien tuottoja (Friedman 1970; kts. myös McPhail & Walters 2009, 163). Pankkialan monitoimija Björn Wahlroos on yhtä mieltä Friedmanin kanssa. Wahlroos on julkisesti siteerannut edellä mainitun osakeyhtiölain ensimmäistä lausetta ja todennut siinä kiteytyvän kaiken, mitä yrityksiltä edellytetään yhteiskuntavastuun saralla. (Tapanainen 2010, 4)

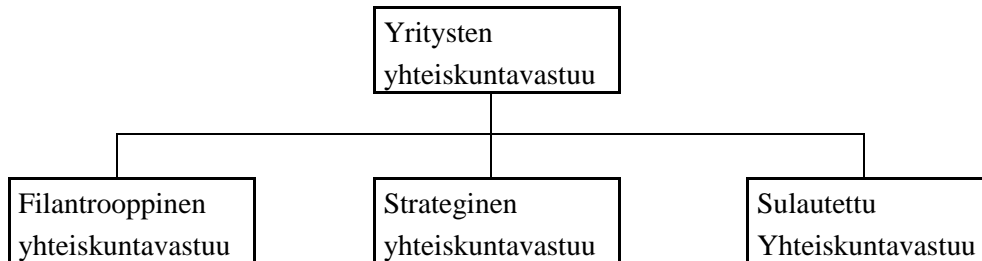
Laajemman yritysten yhteiskuntavastuun puolesta puhuva tutkija Ville-Pekka Sorsa (2006) pitää ajatusta yhteiskuntavastuun rajoittumisesta vain voiton tuottamiseen omistajille suorastaan vanhanaikaisena. Sorsa uskoo sosiaalisen pääoman ja maineenhallinnan vaikuttavan yrityksen kannattavuuteen. (Tapanainen 2010, 4) Myös Tilastokeskuksen julkaisussa ”Yritysten yhteiskuntavastuuta kannatetaan - ja se kannattaa” uskotaan vastuullisten yritysten houkuttelevan eri sidosryhmiä puolelleen (Tilastokeskus 2004).

### **2.1.2 Yritysten yhteiskuntavastuu nykyisessä liiketoimintaympäristössä**

Jothin (2010, 95-96) mukaan nykyisen vallitsevan talouskriisin aikana yhteiskuntavastuullisuus ilmenee eri tavoin ja eri laajuisena yrityksissä. Tutkija on



jakanut yhteiskuntavastuun kolmeen eri yhteiskuntavastuun alalajiin yhteiskuntavastuullisen toiminnan laajuuden mukaan. Nämä kolme yritysvastuun muotoa ovat filantrooppinen, strateginen ja sulautettu yritysvastuu. (kuvio 1)



KUVIO 1. Yhteiskuntavastuun eri muodot yrityksissä nykyisen vallitsevan talouskriisin aikana (mukaillen Jothi 2010, 95)

Filantrooppinen yritysvastuu tarkoittaa nimensä mukaisesti yrityksen kannalta epäitsekkäitä tekoja yhteiskunnan hyväksi. Tästä esimerkkejä ovat esimerkiksi hyväntekeväisyys, sponsorointi tai kansalaisjärjestöjen tukeminen. Filantrooppinen yritysvastuu on tutkijan mukaan kuitenkin vain hyvin pintapuolista. Strateginen yritysvastuu puolestaan viittaa siihen, että yhteiskuntavastuullinen toiminta ja yritystoiminta ovat linkittyneinä toisiinsa, ja yritykset etsivät uusia liiketoimintamahdollisuuksia yhteiskunnallisten ongelmien ympäriltä. Sulautuneessa yritysvastuussa yhteiskuntavastuullisuus on syvällä yrityksen strategiassa ja organisaatiokulttuurissa. Edes heikentynyt markkinatilanne tai vähentyneet tuotot eivät todennäköisesti poista yritysvastuun olemassaoloa organisaatiossa. (Jothi 2010, 95-96)

Josephin (2012, 105) mukaan yhteiskuntavastuullinen toiminta tuotto-odotuksiin perustuvassa kilpailuympäristössä on hataralla pohjalla. Tutkijan mukaan vapaaehtoisuus ja yritysten halu kasvattaa legitimaatiansa eivät välttämättä riitä kestäväen kehityksen laaja-alaiseen leviämiseen. Nämä tekijät eivät motivoi yrityksiä riittävästi kohti yhteiskuntavastuullisempaa toimintaa. Yritykset tarvitsisivat tutkijan mukaan ulkoisen ärsykkeen.

Niskalan ym. (2009, 9) julkaisussa yritysten yhteiskuntavastuullisuus esitetään Josephin tutkimusta valoisampana. Tutkijoiden mukaan yhteiskuntavastuullinen toiminta on kehittymässä yrityksissä siihen suuntaan, jossa se sekä tukee normaalia liiketoimintaa ja

taloudellista kehitystä että myös pyrkii tuottamaan hyvinvointia yrityksen sidosryhmille. Tutkijoiden mukaan tulosten ja kehityksen mittaaminen on oleellista yhteiskuntavastuutyössä. Seuranta, mittarit, analyysit ja tulokortit ovat kaikki tarpeellisia työkaluja, joita tarvitaan tässä työssä. Näiden työkalujen on lisäksi tärkeää olla sopusoinnussa yrityksen strategian kanssa.

Cerruti ym. (2012, 77-78) tutkivat, kohtaavatko yhteiskuntavastuuta koskevat havainnot ja yhteiskuntavastuullisen toiminnan todellisuus. Tutkimuksen tarkasteluotoksena oli 100 suurta kansainvälistä yritystä. Sijoittajat, hankintapäälliköt ja potentiaaliset työntekijät toimivat tutkimuksessa sidosryhminä, jotka jakoivat näkemyksensä eri yritysten yhteiskuntavastuullisuudesta. 800 henkilöä jokaisesta sidosryhmästä eli yhteensä 2400 ihmistä haastateltiin tutkimusta varten. Yhteiskuntavaikutus, resurssien hallinta ja monimuotoisuus olivat osa-alueet, joilla sidosryhmien edustajat arvioivat tuntemansa yritykset. Arviointi tapahtui eri osa-alueilla asteikolla 1-5, mutta lopullisen arvosanan yritykset saivat asteikolla 0-100. Tutkimuksen toista elementtiä, yritysten todellista yhteiskuntavastuullista suoriutumista, mitattiin ”The Smartview 360 Platform of CRD Analytics” -mittaristolla, joka sisältää 175 eri mittaria yhteiskuntavastuun eri osa-alueilta. Myös yritysten todellinen yhteiskuntavastuullinen suoriutuminen arvioitiin asteikolla 0-100.

Tutkijat (Cerruti ym. 2012, 79) jakoivat saatujen arvosanojen perusteella yritykset neljään eri ryhmään: johtajiin, haastajiin, promootoreihin ja kuhnailijoihin. Johtajien pisteet olivat keskimuotoa paremmat kummassakin kategoriassa eli sidosryhmien havainnot näistä yrityksistä sekä yritysten todellisen yhteiskuntavastuun taso olivat keskimuotoa paremmat. Haastajayritykset olivat puolestaan yrityksiä, jotka osoittautuivat tutkimuksessa keskimuotoa vastuullisemmiksi mutta jotka sidosryhmien mielestä olivat keskimuotoa vastuuttomampia yrityksiä. Promootorit olivat yrityksiä, jotka olivat tutkimuksen mukaan keskimääräistä vastuuttomampia todellisuudessa mutta jotka sidosryhmien näkökulmasta olivat keskimuotoa vastuullisempia. Kuhnailijat saivat molemmissa kategorioissa alle keskiarvon pisteet.

Yritykset jakaantuivat suhteellisen tasaisesti eri ryhmiin. 31 yritystä kuului johtajiin, 25 yritystä luokiteltiin haastajiksi, 17 yritystä kuului promootoreihin, ja 27 yritystä määriteltiin tutkimuksessa kuhnailijoiksi. Toinen saatu tutkimustulos oli

yhteiskuntavastuullisuutta koskevien havaintojen ja todellisuuden vastaavuusero. 18 yrityksellä pisteet sidosryhmien havaintojen ja yritysten todellisen yhteiskuntavastuullisuuden välillä erosivat yli 20 pisteellä, ja 32 yrityksellä yli kymmenellä pisteellä. Näin ollen kaiken kaikkiaan puolilla tarkasteluyrityksistä sidosryhmien näkemykset yritysten yhteiskuntavastuusta ja yritysten todellinen yhteiskuntavastuullinen suoriutuminen erosivat suhteellisen radikaalisti toisistaan. Tutkijoiden mukaan havainnot ja todellisuus eivät siis täysin kohtaa. (Cerruti ym. 2012, 79)

### **2.1.3 Yhteiskuntavastuullisen toiminnan vaikutukset**

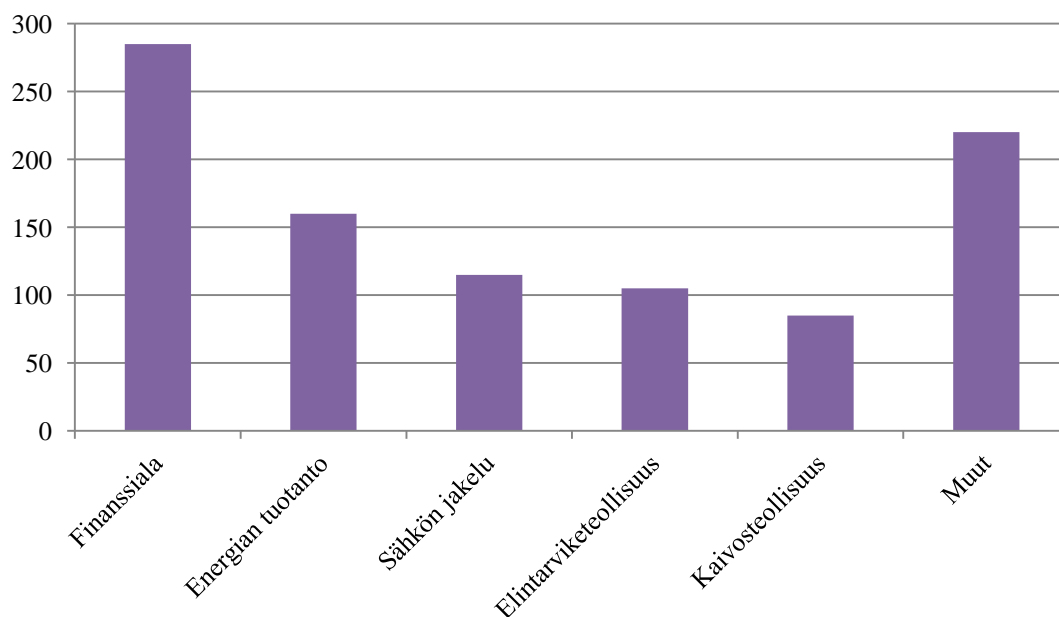
Hassel, Nilsson ja Semenova (2010, 268, 275) tutkivat, onko yhteiskuntavastuullisella suoriutumisella merkitystä yrityksen markkina-arvoon. Tutkimuksen mukaan yrityksen markkina-arvon, oman pääoman kirja-arvon, nettotulojen ja yhteiskuntavastuullisen suoriutumisen välillä voidaan havaita regressio. Tutkijat tekivät tutkimuksen vuosina 2005-2008 Ruotsin SIX 300 yrityksistä, jossa he testasivat itsensä kehittämää mallia. SIX 300 on pörssimarkkinaindeksi, johon kuuluu sekä pieniä että suuria ruotsalaisia yrityksiä. Tutkimus toteutettiin yhdistettynä poikkileikkausajaksisarja-analyysinä. Tutkimuksen tulokset osoittavat sosiaalisen ja ympäristösuoriutumisen vaikuttavan otosyritysten markkina-arvoihin tarkasteluajankohtana eli vuosina 2005-2008. Tutkijoiden mukaan yritykset voivat siis vaikuttaa positiivisesti markkina-arvoonsa yhteiskuntavastuullisen toiminnan avulla. (Hassel, Nilsson ja Semenova 2010, 277, 280, 288) Myös Birdin, Momentén ja Reggianin (2012, 153-154, 161-162) tutkimuksen tulokset osoittivat, että yhteiskuntavastuullisella toiminnalla voi olla merkitystä yrityksen markkina-arvoon. Esimerkiksi toimet ympäristön puolesta vaikuttivat positiivisesti yritysten markkina-arvoon.

Yhteiskuntavastuullisten laiminlyöntien ja näistä seuranneiden kriisien on nähty puolestaan vaikuttavan negatiivisesti yrityksen taloudelliseen tulokseen. Pahimmillaan kriisit voivat johtaa jopa yritysten tuotteiden boikottiin. Öljy-yhtiö Shell ja lääkeyhtiö Novo Nordisk ovat valitettavia esimerkkiyrityksiä tällä saralla. Shell on ollut otsikoissa ihmisoikeusloukkauksien ja ympäristövaikutusten takia Nigeriassa ja Novo Nordiskin tuotteiden terveysvaikutuksia on epäilty. (Talvio & Välimaa 2004, 45, 138)

### 2.1.4 Pankit ja yhteiskuntavastuu

Finanssialan keskusliiton (2012b) mielestä toimialan yritykset huomioivat sekä toimintansa sosiaaliset, taloudelliset että myös ympäristövaikutukset. Sidosryhmien ja lainsäädännön vaatimukset pyritään myös ottamaan toimialan yrityksissä huomioon. Toimialan yritykset raportoivat lisäksi yhteiskuntavastuullisesta suoriutumisestaan hyvin aktiivisesti.

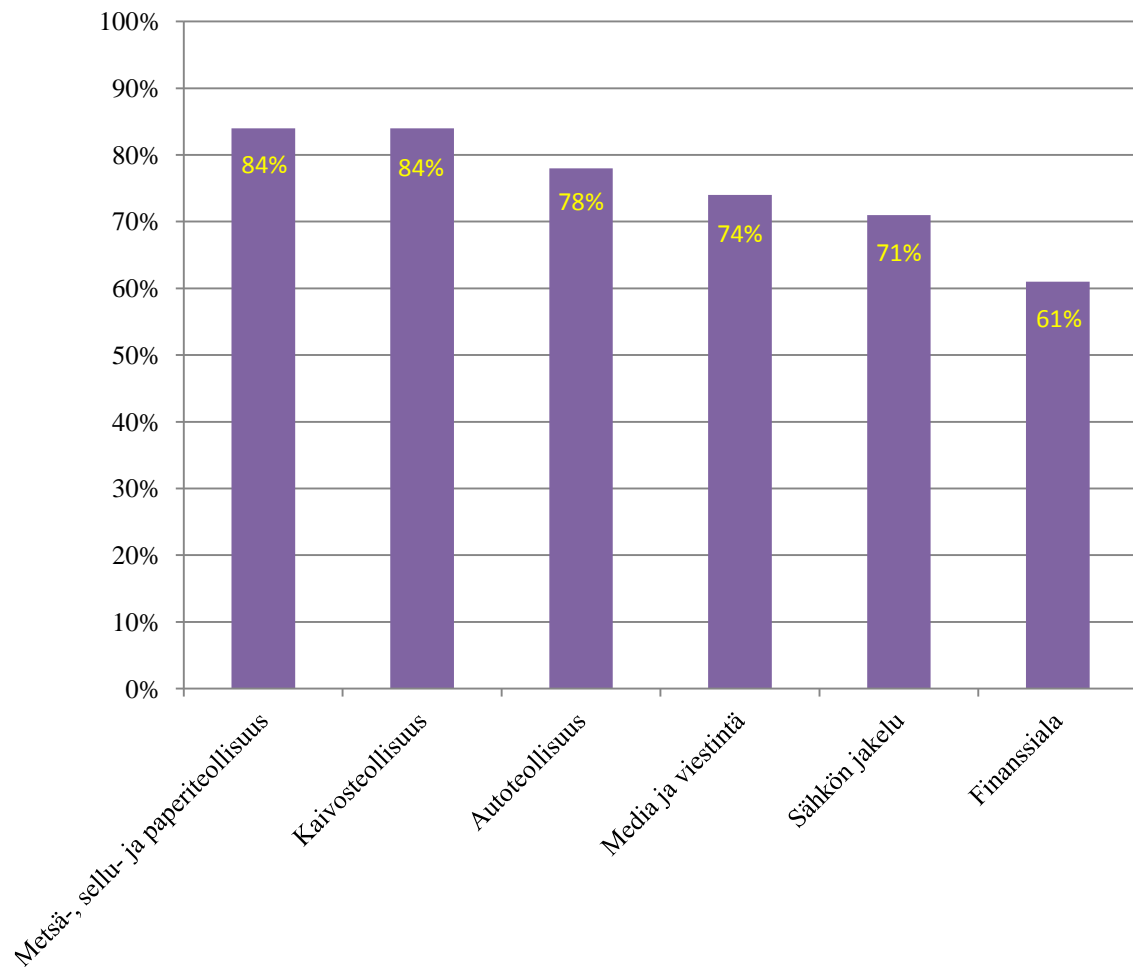
Finanssisektorin organisaatioiden raportit käsittivätkin 14 % kaikista vuonna 2011 julkaistuista GRI-ohjeiston mukaisista yhteiskuntavastuuraporteista (Global Reporting Initiative 2012b). Finanssialan palveluita tarjoavissa organisaatioissa julkaistiin eniten GRI-ohjeiston mukaisia yhteiskuntavastuuraportteja, yhteensä lähes 300 kappaletta. Energian tuotannon, sähkön jakelun, elintarviketeollisuuden sekä kaivosteollisuuden yritykset julkaisivat myös huomattavan määrän raportteja. (kuvio 2)



KUVIO 2. GRI-ohjeiston mukaiset yhteiskuntavastuuraportit (kpl) toimialoittain, kuusi suurinta toimialaa, vuonna 2011 (Global Reporting Initiative 2012b, 11)

KPMG:n tutkimus (2011a, 13) kuitenkin osoitti, että vaikka finanssisektori raportoi määrällisesti huomattavasti yhteiskuntavastuustaan, niin suhteellinen raportointiaktiivisuus toimialakohtaisiin yritysmääriin peilaten on huomattavasti alhaisemmalla tasolla. KPMG:n tutkimuksen finanssisektorin yritykset, joihin laskettiin

mukaan myös vakuutusyhtiöt sekä arvopaperiyhtiöt, olivat suhteellisesti vasta kahdenneksitoista aktiivisin toimiala yhteiskuntavastuuraportoinnissa. Finanssisektorin yrityksistä vain hieman yli 60 % raportoi yhteiskuntavastuustaan vuonna 2011, kun taas metsä-, sellu- ja paperiteollisuuden sekä kaivosteollisuuden yrityksistä liki 85 % raportoi yhteiskuntavastuustaan. (kuvio 3)



KUVIO 3. Viisi aktiivisinta toimialaa sekä vertailu finanssialaan yhteiskuntavastuuraportoinnissa (KPMG 2011a, 13)

Koivuportaan (2005, 60) mukaan finanssisektori näkee pehmeiden arvojen toteuttamisen edelleen hyvin pitkälti vain kustannuksina ja tulonmenetyksinä. Lisäksi ihmiset kokevat pankit yhä edelleen konservatiivisiksi ja byrokraattisiksi yrityksiksi. Asiakkaat haluaisivat pankkien siirtyvän pois pelkästä tehokkuusajattelusta kohti

postmateriaalisia arvoja. Pankkien tulisi entistä paremmin ymmärtää asiakkaidensa tämän hetkiset arvot, jotta pankit voisivat todella vastata asiakkaidensa odotuksiin. Tämä voisi johtaa pankkienkin kannalta parempaan taloudelliseen tulokseen.

Myös Dionin (2012, 252-256, 261 ) tutkimus osoittaa joitakin puutteita pankkien yhteiskuntavastuullisessa toiminnassa. Tutkijan mukaan pankkien rahanpesun vastaisessa raportoinnissa, viestinnässä ja toiminnassa on selviä puutteita. Tutkija löytää tutkimuksensa jokaisen kymmenen casepankin rahanpesun vastaisessa toiminnassa puutteita. Pankkien yleisimmät ongelmat ovat rahanpesun vastaisen toiminnan kokonaisuuden selventämisessä työntekijöille ja yrityksen arvojen kommunikoinnissa. Tutkijan mukaan pankkien, yritysten, kuluttajien ja myös julkisen hallinnon tulisi myöntää moraalinen vastuunsa rahanpesun laajamittaisesta olemassaolosta. Tutkija korostaakin eri toimijoiden henkilökohtaista vastuuta.

Finanssisektoria on kritisoitu sidosryhmien puutteellisesta huomioimisesta, vaikka samanaikaisesti sidosryhmille julkaistujen vapaaehtoisten tiedoksiantojen määrä on kasvanut huomattavasti (Cuganesan & Khan, 2008, 86). Cuganesanin ja Khanin (2008, 85, 98) tutkimuksessa Australian viisi suurinta pankkia määrittävät omistajien lisäksi työntekijät ja asiakkaat ensisijaisiksi sidosryhmikseen. Yksi esimerkki asiakkaiden huomioimisesta ja tärkeydestä on asiakkaiden ja pankkien keskustelut siitä, kuinka huonosti kannattavien pankkikonttorien taloudellista menestystä voitaisiin kehittää, jotta nämäkin pankkikonttorit voisivat jatkaa toimintaansa ja tätä kautta tarjota yhteisölle jatkossakin palveluitaan.

Aristotelouksen ja Martoudi Demetrioun (2011, 98-99) tutkivat kyprokselaisen Bank of Cypruksen (BoC) asiakkaiden mielipiteitä pankin yhteiskuntavastuullisesta toiminnasta. Tutkimusjoukko käsitti yhteensä 75 asiakasta. Tutkimuksen tavoitteena oli kerätä ymmärrystä tärkeän sidosryhmän, asiakkaiden, tuntemuksista ja tietämyksestä yrityksen yhteiskuntavastuusta. Tutkimuksessa oli seitsemän tutkimuskohdetta. Ensimmäinen tutkimuskohde oli asiakkaiden aiempi tietämys yritysvastuun aihealueesta. Toiseksi selvitettiin asiakkaiden uskomuksia yritysvastuun tärkeydestä yritykselle (BoC) asiakkaiden näkökulmasta. Kolmanneksi luokiteltiin ne osa-alueet, joilla BoC oli onnistunut asiakkaiden mukaan yhteiskuntavastuullisessa toiminnassa. Neljäs tutkimuskohde käsitteli asiakkaiden näkemyksiä siitä, että tuoko

yhteiskuntavastuullinen toiminta BoC:lle kasvua ja menestystä. Viidenneksi tutkittiin asiakkaiden mielipiteitä BoC:n yhteiskuntavastuutorientaation vaikutuksesta pankin imagoon. Kuudes tutkimuskohde selvitti asiakkaiden mielipiteitä siitä, että tuottaako BoC:n yhteiskuntavastuustrategia hyötyä sekä yhteiskunnalle että pankille itselleen. Viimeisenä tutkimuskohdeena asiakkaille esiteltiin kritiikkiä yhteiskuntavastuustrategioista, ja asiakkaiden piti kertoa kantansa esitettyyn kritiikkiin.

Tutkimustulokset osoittivat, että yritysten yhteiskuntavastuun käsite ja aihealue oli suhteellisen monelle asiakkaalle tuttu aihe entuudestaan; esimerkiksi 18-25 vuoden ikäisistä vastanneista 16/ 23 tunsivat entuudestaan yhteiskuntavastuun käsitteen ainakin osittain. Vastaava luku 26-35 vuotiaiden vastanneiden joukossa oli 24/ 30. Yhteiskuntavastuullisuuden tärkeydestä yrityksille suurin osa asiakkaista oli sitä mieltä, että se on tärkeä tekijä. Asiakkaiden mielipide BoC:n yhteiskuntavastuullisista vahvuusalueista oli erittäin kriittinen. Suurin osa vastaajista vastasi, että BoC:lla ei ole yhteiskuntavastuullista vahvuusaluetta, kun muina vaihtoehtoina oli yhteiskuntavastuullisia projekteja, joissa pankki oli ollut mukana. Asiakkaat uskoivat melko vahvasti, että yhteiskuntavastuullinen toiminta vaikuttaa positiivisesti pankin kasvuun ja menestymiseen. Yhteiskuntavastuullisuuden vaikuttamisesta pankin imagoon suuri osa asiakkaista oli sitä mieltä, että yhteiskuntavastuullinen toiminta vaikuttaa pankin imagoon. Pankin yhteiskuntavastuullisen toiminnan hyödyistä yhteiskunnalle ja pankille itselleen asiakkaista valtaosa uskoi win-win tilanteeseen. Viimeisestä tutkimuskohdasta eli pankin yhteiskuntavastuuta kohtaan kohdistuneesta kritiikistä naiset olivat enemmän sitä vastaan, kun taas miesvastaajien joukossa ei oltu yhtä selkeästi kritiikkiä vastaan. (Aristotelous & Martoudi Demetriou 2011, 94-95, 99-106)

## 2.2 Yhteiskuntavastuuraportointi

McPhail ja Walters (2009, 189) näkevät yhteiskuntavastuuraportoinnin prosessina, jonka avulla yritykset raportoivat toimintojensa vaikutuksesta omistajien lisäksi myös muille sidosryhmille. Näitä sidosryhmiä ovat McPhailin ja Waltersin mukaan mm. asiakkaat, alihankkijat, työntekijät ja paikallisyhteisöt. 1990-luvulla yhteiskuntavas-

tuuraportointi alkoi kasvattamaan suosiotaan. Tällöin muutama edelläkävijäorganisaatio näytti muille tietä. (McPhail & Walters 2009, 189) Määrällisesti tämä on johtanut, kuten tutkimuksen johdantokappaleessa jo tuotiin esille, 1990-luvun alun muutamasta kymmenestä yhteiskuntavastuuraportista yli 6300 yhteiskuntavastuuraporttiin vuonna 2011 (Corporate Register 2012a).

Christofin, Christofin ja Sisayen (2012, 169-170) mukaan yhteiskuntavastuuraportointia tulisi standardisoida entisestään. Nykyinen jako kolmeen eri yhteiskuntavastuun osa-alueeseen ei tutkijoiden mielestä johda parhaisiin mahdollisiin tuloksiin. Tutkijat painottavat lisäksi vastuuttoman toiminnan voimakkaampaa kitkemistä. Finanssikriisi on läheinen esimerkki siitä, mihin vastuuttomuus voi johtaa.

KPMG:n (2011a, 2-3) tutkimus osoitti muutamia tekijöitä yhteiskuntavastuun nykytilasta. Ensinnäkin yhteiskuntavastuuraportoinnissa ei ole pelkästään enää kyse vastuullisena toimijana esittäytymisestä, vaan yhteiskuntavastuuraportointi voi myös oppimisen ja innovaatioiden kautta tarjota yritykselle taloudellista arvoa. Toinen oleellinen tutkimustulos oli se, että yritykset itse uskovat yhteiskuntavastuuraportoinnin tuottavan taloudellista lisäarvoa. KPMG:n mukaan myös yhteiskuntavastuuraportoinnin ja taloudellisen raportoinnin yhdistämisellä sekä näkemällä raportoinnin erilliset osa-alueet yhtenä raportointikokonaisuutena voitaisiin saavuttaa lisäarvoa. Valheellisesta raportoinnista tutkimus osoitti sen, että sen lisäksi että se saattaa vaikuttaa negatiivisesti yrityksen maineeseen, niin se vaikuttaa todennäköisesti myös negatiivisesti oppimiseen ja innovointiin. Näiden tulosten lisäksi tutkimustulokset osoittivat sen, että yritykset ovat kasvavissa määrin kiinnostuneita yhteiskuntavastuuraporttiansa ulkoisesta varmentamisesta.

Bowersin (2010, 249-250) tutkimuksessa yhteiskuntavastuuraportoinnin nykytila nähdään hieman kriittisemmässä tilassa kuin KPMG:n tutkimuksessa. Tutkijan mukaan yhteiskuntavastuuraportointia on kritisoitu sekä yritysten että ulkopuolisten toimijoiden tahosta. Vaikka pitkät yhteiskuntavastuuraportit tarjoavat paljon tietoa, niin silti ne tarjoavat vähän osakkeenomistajille ja muille sidosryhmille, jos ei lasketa erilaisten työvoimaa ja ympäristöä koskevien säädösten tai lakien noudattamista. Yhteiskuntavastuuraporteista käy lisäksi harvoin ilmi, miten sosiaalinen tai ympäristövastuullinen toiminta edesauttaa yrityksen taloudellista suoriutumista.



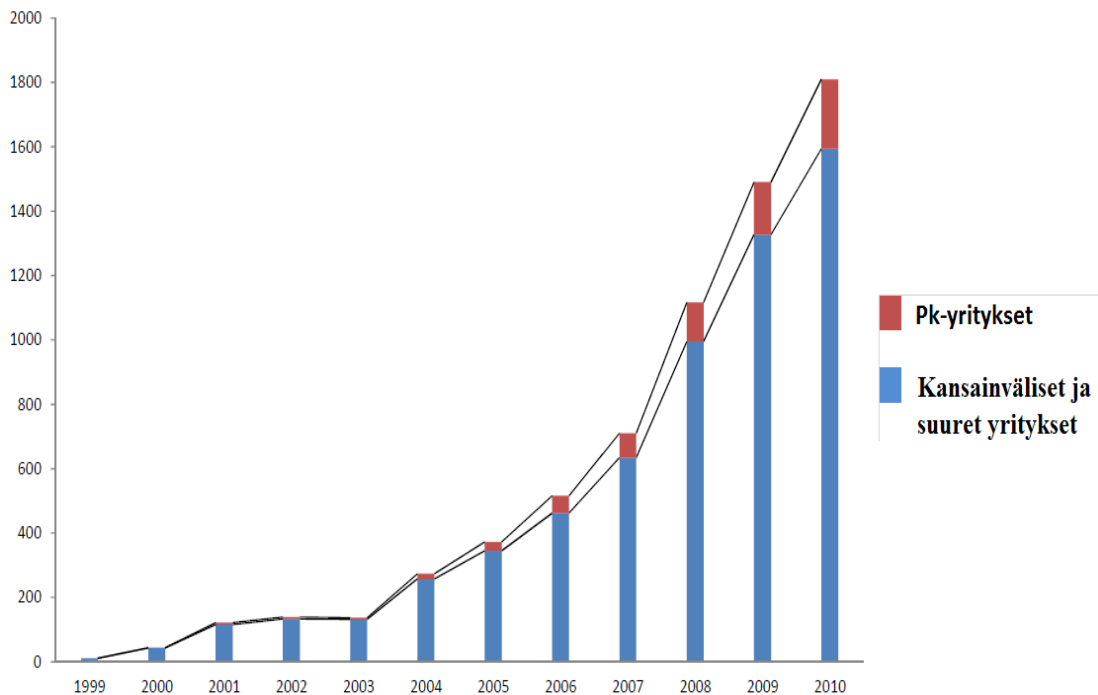
Bowers (2010, 253-256) on myös vertaillut tutkimuksessaan, miten yhteiskuntavastuun tai kestävän kehityksen määritelmät ovat kehittyneet 2000-luvun vaihteen yhteiskuntavastuuraporteista tai muista vastaavista julkaisuista tultaessa lähemmäs 2010-lukua. 2000-luvun vaihteen raporteista on huomattavissa, että ne korostavat kilpailuedun tai taloudellisten hyötyjen syntymistä yhteiskuntavastuullisuuden kautta. Myöhemmissä yhteiskuntavastuuraporteissa uusia liiketoimintamahdollisuuksia korostetaan entisestään. Esimerkiksi Shellin vuoden 1998 raportissa korostettiin vielä maineellisia ja imagollisia tekijöitä yhteiskuntavastuullisuuden taustalle, kun taas vuoden 2007 raportissa yhtiö korostaa uusien teknologioiden ja liiketoimintamahdollisuuksien hyödyntämistä.

### **2.2.1 Yrityksen koon ja muiden tekijöiden vaikutus yhteiskuntavastuuraportointiin**

KPMG:n (2011b, 27) tutkimuksen mukaan pienet yksityiset yritykset raportoivat epätodennäköisimmin yhteiskuntavastuustaan. Myös suomalaiset pk-yritykset raportoivat yhteiskuntavastuullisuudestaan suhteellisen vähän (Tapanainen 2010, 10). Suurissa yrityksistä sen sijaan kaksi kolmesta raportoi jo tällä hetkellä yhteiskuntavastuustaan, ja osa ei-raportoivista yrityksistä aikoo aloittaa yhteiskuntavastuuraportoinnin kahden vuoden sisällä (KPMG 2011b, 27). Suurten yritysten suhteen raportointiaktiivisuuden kasvu on ollut nopeaa. Pricewaterhousecoopersin (2004) tekemän tutkimuksen mukaan vuonna 2004 vain noin 30 % sadasta suurimmasta suomalaisesta yrityksestä raportoi yhteiskuntavastuustaan kattavasti internetsivuillaan (Elinkeinoelämän keskusliitto 2006, 32). Vuonna 2008 sadasta suurimmasta suomalaisesta yrityksestä jo 44 % raportoi yhteiskuntavastuustaan, ja vuonna 2008 raportoivien yritysten osuus oli kasvanut räjähdysmäisesti 85 %.

Suurten yritysten raportointiaktiivisuudesta on todiste myös KPMG:n tekemä tutkimus. Yritys teki tutkimuksen vuonna 2011 yli 3400 yrityksen yhteiskuntavastuuraportoinnista. Tutkimuksen kohderyhmä oli 34 eri maan 100 suurinta yritystä (N100). Lisäksi KPMG tutki maailman 250 suurimman yrityksen (G250) yhteiskuntavastuuraportointia. Vuonna 2011 95 % G250-yrityksistä ja 64 % N100-yrityksistä raportoivat yhteiskuntavastuustaan. Raportoivista G250-yrityksistä 80 % ja N100-yrityksistä 69 % raportoi yhteiskuntavastuustaan GRI-ohjeiston mukaisesti. (KPMG 2011a, 3, 7, 20)

Myös GRI-ohjeiston käyttö yhteiskuntavastuureportoinnissa on huomattavasti yleisempää suurissa yrityksissä kuin pienissä yrityksissä. Koko GRI-ohjeiston olemassaoloaikana pienten ja keskisuurten yritysten osuus kaikista raportoivista organisaatioista on ollut suhteellisen pieni. Vuonna 2010 ilmestyneistä GRI-yhteiskuntavastuureporteista noin 85 % oli suurten yritysten julkaisemia. (kuvio 4)

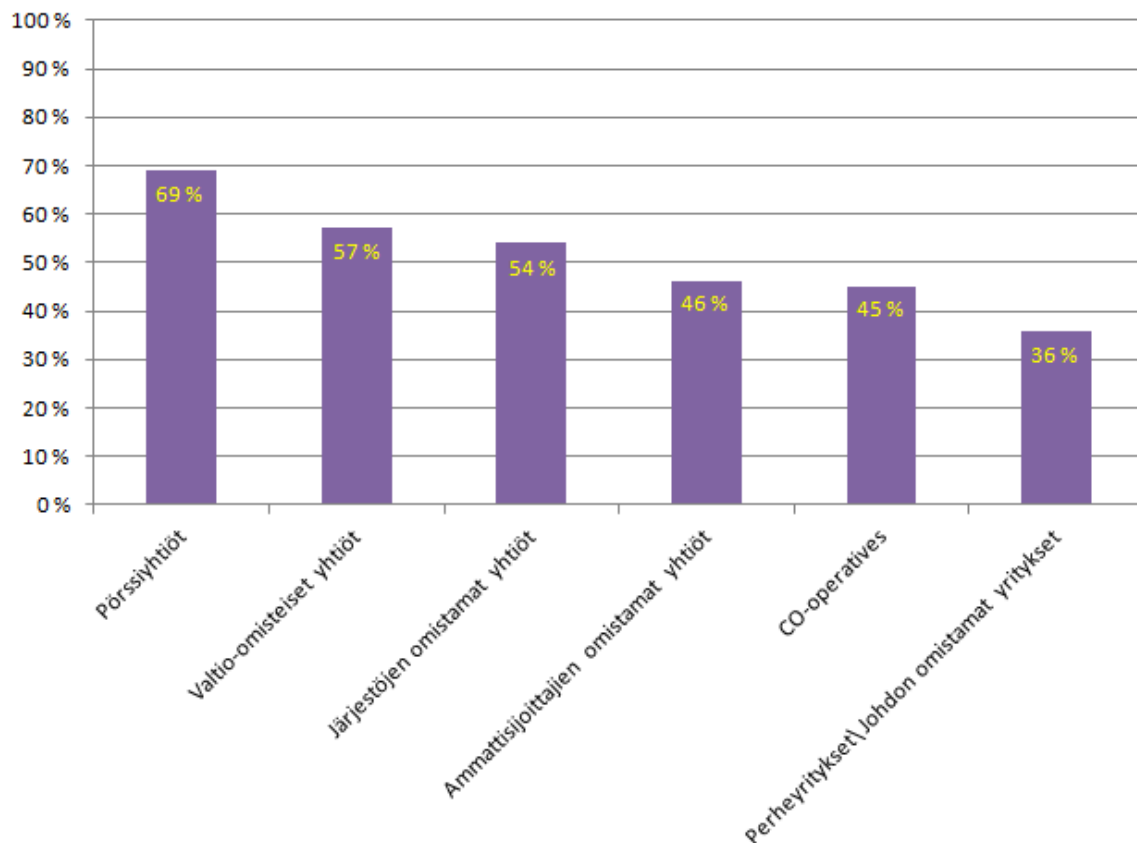


KUVIO 4. Pk-yritysten osuus verrattuna kansainvälisten ja suurten yritysten osuuteen GRI-ohjeiston mukaisista yhteiskuntavastuureporteista vuosina 1999-2010 (Global Reporting Initiative 2011a, 15)

Myös tutkimuksen casepankkien yhteiskuntavastuureportointi tukee sitä, että suuret yritykset raportoivat yhteiskuntavastuustaan aktiivisemmin kuin pk-yritykset. Nordea on Suomen toiseksi suurin pankki, Danske Bank kolmanneksi suurin, Handelsbanken neljänneksi suurin ja Tapiola Pankki yhdeksänneksi suurin pankki lainoissa mitattuna (Finanssialan Keskusliitto 2012, 3), ja kaikki nämä pankit raportoivat yhteiskuntavastuustaan.

Koon lisäksi myös omistusrakenteella on nähty olevan vaikutusta siihen, raportoiko yritys yhteiskuntavastuustaan (esim. Tapanainen 2010, 3, 10; KPMG 2011a, 14, 5). Tapanaisen (2010, 3, 10) mukaan vuonna 2008 vain noin joka seitsemäs pörssiyritys

raportoi kaikista kolmesta yhteiskuntavastuun osa-alueestaan, jotka ovat perinteisen jaottelun mukaan sosiaalinen, taloudellinen ja ympäristövastuu. KPMG:n (2011a, 14, 15) muutamaa vuotta myöhemmin tekemä tutkimus suurten yritysten yhteiskuntavastuuraportoinnista osoitti yhteiskuntavastuuraportoinnin olevan huomattavasti yleisempää pörssiyrityksissä, ainakin suurissa ja kansainvälisissä, kuin mitä Tapanaisen tutkimus osoitti. Listatuissa yhtiöissä yhteiskuntavastuuraportointi on kaikkein yleisintä verrattaessa eri omistusmuotoisia yrityksiä. (kuvio 5) KPMG:n tutkimuksessa kuitenkin huomautetaan, että vaikka listatut yhtiöt ovatkin tarkemman valvonnan alaisena, niin myös perheomisteiset ja yksityisen pääoman yritykset ovat tilitysvelvollisia sekä negatiivisista että positiivisista vaikutuksistaan yhteiskuntaa kohtaan.



KUVIO 5. Yhtiön omistusrakenteen vaikutus yhteiskuntavastuuraportointiin (KPMG 2011a, 15)

Tutkimuksen casepankkien yhteiskuntavastuuraportointi tukee myös KPMG:n tutkimusta. Kaikki kolme pörssinoteerattua pankkia, Danske Bank, Handelsbanken sekä Nordea, raportoivat yhteiskuntavastuustaan. Lisäksi esimerkiksi Nordeassa Ruotsin

valtio oli yksi pääomistajista vuoden 2011 lopuksi (Nordea 2013), mikä tukee omalta osaltaan KPMG:n tutkimustulosta siitä, että valtio-omisteiset yritykset ovat aktiivisia raportioijia.

### **2.2.2 Yhteiskuntavastuuraportoinnin motiivit ja hyödyt**

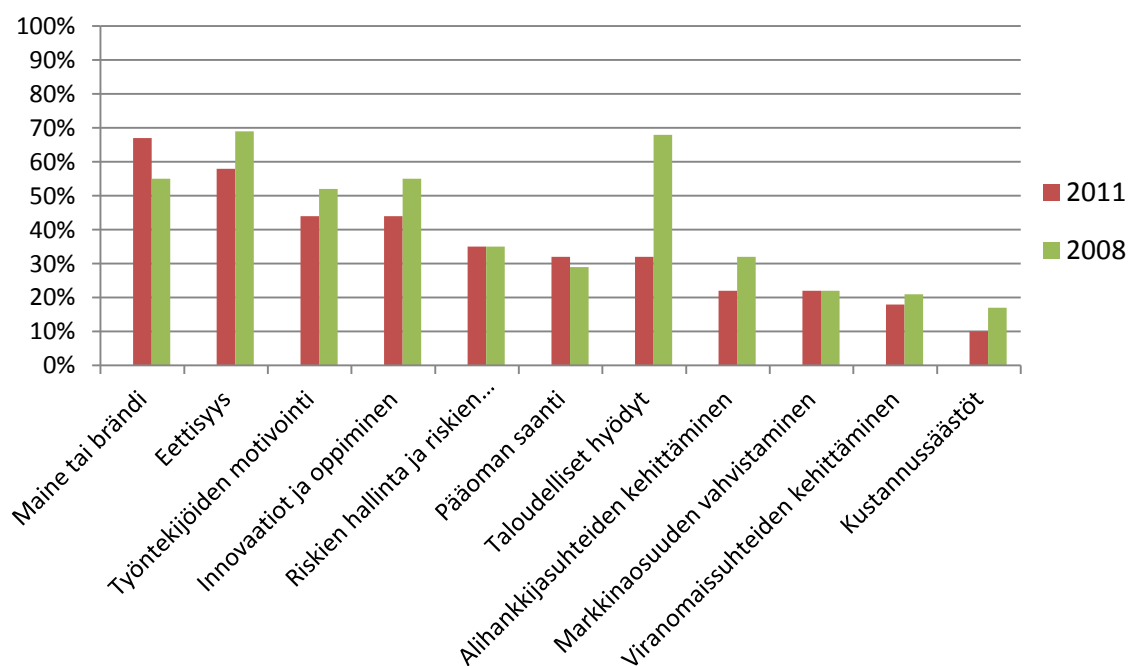
Adamsin ja McNicholaksen (2007, 384) mukaan yhteiskuntavastuuraportointi sisältää monia mahdollisuuksia. Tutkijoiden mukaan yhteiskuntavastuuraportoinnin avulla yritys voi esimerkiksi parantaa yleistä vastuullista suoriutumistaan, sillä yritys joutuu raportoidessaan miettimään tarkemmin visionsa ja tavoitteensa yhteiskuntavastuullisuuden suhteen. Tämä johtaa tutkijoiden mukaan usein myös parempaan yhteiskuntavastuulliseen suoriutumiseen.

Leszczynska (2012, 911, 915) teki tutkimuksen yhteiskuntavastuuraportoinnin hyödyistä omistajille. Tutkimusmetodina Leszczynska käytti ammattilaisten mielipidearviointia. Aineistona tutkija käytti kansainvälisten yritysten yhteiskuntavastuuraportteja vuosilta 2005 - 2010. Tutkimuksen otokseen kuului yhteensä 29 yhteiskuntavastuuraporttia. Tutkimuksen tulokset osoittavat raportoinnin laadun parantuneen. Raporteissa oli erityisesti painotettu yksityiskohtia sekä sosiaalisella, taloudellisella että ympäristötasolla. Omistajien näkökulmasta raportointi oli kuitenkin vajaavaista. Tutkimus osoitti suuria puutteita puolueettomuudessa, informaation oleellisuudessa ja kattavuudessa. Yhteiskuntavastuuraporttien informaation hyödyllisyydestä sijoittajien päätöksenteolle nähtiin olevan myös muutamia ongelmia. Puutteita havaittiin varsinkin uskottavuudessa ja raporttien kattavuudessa. Yhtiöiden tulevaisuuden riskien ja odotusten ennustettavuutta häiritseivät etenkin raportoinnissa puuttuneet tiedot yritysten kannattavuudesta, tulevaisuuden suunnitelmista ja yhteiskuntavastuuraportoinnin kustannuksista. (Leszczynska 2012, 922, 923)

Myös Revertin (2012, 266-267) tutkimus antoi viitteitä yhteiskuntavastuuraportoinnin hyödyllisyydestä. Yhteiskuntavastuuraportointi vähentää informaation epäsymmetrioita johdon ja sijoittajien välillä sen toimiessa yhtenä yrityksen kommunikaatiotyökaluna. Tutkimuksen tulokset osoittivat vahvan negatiivisen korrelaation yhteiskuntavastuuraporttien laadun ja yrityksen oman pääoman hinnan välillä. Yhteiskuntavastuullisempi

toiminta voikin vähentää yrityksen oman pääoman kustannuksia ja tätä kautta lisätä yrityksen arvoa.

KPMG:n tutkimuksessa vertailtiin eri tekijöiden merkitystä yhteiskuntavastuuraudon taustalla. Tarkasteluyritysten joukossa merkittävimäksi yhteiskuntavastuuraudon motivaattoriksi nousi maine tai brändi, joka oli siis merkittävin syy kyseisten yritysten yhteiskuntavastuuraudon toteuttamiseen. Eettisyys tippui vuoden 2011 tutkimuksessa toiseksi tärkeimmäksi tekijäksi yhteiskuntavastuuraudon taustalla, sen oltua tärkein vuonna 2008. Myös työntekijöiden motivoiminen sekä innovointi ja oppiminen oli monelle yritykselle tärkeä tekijä. Riskien hallinta ja riskien vähentäminen, pääoman saanti ja omistajien arvon lisääminen, taloudelliset hyödyt, alihankkijasuhteiden parantaminen, markkinaosuuden vahvistaminen, viranomaissuhteiden kehittäminen sekä kustannussäästöt olivat muita tekijöitä yhteiskuntavastuun taustalla. Taloudellisten tekijöiden, taloudellisten hyötyjen ja kustannussäästöjen, merkitys yhteiskuntavastuuraudon taustalla romahti vuoden 2008 tutkimuksesta vuoden 2011 tutkimukseen; vuonna 2008 68 % tutkimuksen yrityksistä mainitsi taloudelliset hyödyt syyksi yhteiskuntavastuuraudon toteuttamiselle, kun vuonna 2011 vastaava luku oli enää 32 %. Kustannussäästöt esille nosti enää 10 % yrityksistä vuonna 2011, kun vuonna 2008 vastaava luku oli vielä 17 %. (kuviot 6)



KUVIO 6. Yhteiskuntavastuuraudon toteuttamiseen vaikuttavia tekijöitä (KPMG 2011a, 18-19)

Myös tutkimuksen casepankit mainitsevat KPMG:n tutkimuksessa esille nousseita tekijöitä omista vuoden 2011 yhteiskuntavastuureportissaan. Danske Bank (2012a, 43) pyrkii käsittelemään yhteiskuntavastuureportissaan asioita, jotka ovat tärkeitä sen sidosryhmille. Ainakin siis maineen tai brändin, työntekijöiden motivoinnin, alihankkija- ja viranomais-suhteiden kehittämisen sekä taloudellisten hyötyjen voidaan nähdä tämän perusteella vaikuttavan Danske Bankin raportoinnin taustalla. Handelsbankenin vuoden 2011 yhteiskuntavastuureportissa (2012a, 4) mainitaan puolestaan mm. se, että yhteiskuntavastuullinen yritys herättää mielenkiintoa lahjakkaassa työvoimassa sekä helpottaa pääoman saantia. Pankin mukaan myös sen yksityisasiakkaille on hyvin tärkeää pankin yhteiskuntavastuullinen toiminta. Myös Nordean yhteiskuntavastuureportissa (2012, 8) nostetaan esille sidosryhmät. Saatavilla oleva informaatio pankin tuotteista ja palveluista eli toiminnan läpinäkyvyys on ensisijaisen tärkeää Nordealle ja sen sidosryhmille. Tapiola Pankinkin (2012a) yhteiskuntavastuureportoinnin taustalla voidaan nähdä olevan sidosryhmäsuhteiden sekä maineen tai brändin kehittäminen. Tapiola Pankin yhdistetyssä vuoden 2011 vuosikertomuksessa sekä yhteiskuntavastuureportissa mainitaan raportin informoivan pankin sidosryhmiä pankin toiminnasta sekä vastuullisuustyöstä.

### **2.2.3 Sidosryhmäteoria yhteiskuntavastuureportointia selittävänä teoriana**

Tutkimuksen tässä alaluvussa pyritään sidosryhmäteorian avulla selittämään yritysten yhteiskuntavastuullista toimintaa sekä yritysten yhteiskuntavastuureportointia. Sidosryhmät vaikuttavat yritysten yhteiskuntavastuureportointiin, sillä sidosryhmät ovat kohderyhmä, jolle yhteiskuntavastuureportit ja tiedoksiannot suunnataan. Lisäksi sidosryhmät ovat usein myös yhteiskuntavastuureporttien laadinnassa mukana. Sidosryhmien toiveet ja vaatimukset vaikuttavat näin ollen monella tapaa yritysten yhteiskuntavastuureportointiin. Chenin ja Roberts (2010, 653) mukaan sidosryhmäteorian polttopisteessä on yrityksen tasapainottelu eri sidosryhmien vaatimusten välillä. Yritystoiminnan tavoitteena on sidosryhmäteorian näkökulmasta merkittävien sidosryhmien hyväksynnän saavuttaminen. Freeman, Ruscon, Signor ja Strudler (2012, 1) ovat samoilla linjoilla. Tutkijoiden mukaan sidosryhmäteoria pyrkii tarjoamaan työkaluja johdolle, joita se voi käyttää arvionluonnissa sidosryhmillensä.

Teoreetikoiden näkökulmasta sidosryhmäteoria pyrkii selventämään arvonluonnin ja kaupankäynnin sekä vaihdon kokonaisuutta.

Sidosryhmä määritellään tässä tutkimuksessa R. Edward Freemanin (1984, 25) määritelmän mukaisesti: ”Sidosryhmä on mikä tahansa ryhmä tai yksilö, joka voi vaikuttaa yrityksen tavoitteiden saavuttamiseen tai johon vaikuttaa yrityksen tavoitteiden saavuttaminen.” Freeman nostaa näistä sidosryhmistä esille alihankkijat, viranomaiset, paikalliset organisaatiot, omistajat, kuluttajaviranomaiset, asiakkaat, kilpailijat, median, työntekijät, erityiset intressiryhmät sekä ympäristöaktivistit. Schillingin (2000, 225) mukaan Freeman on yleisesti tunnustettu sidosryhmäteorian esittelijänä vuonna 1984 (kts. myös esim. Adlbrect, Jujagiri ja Littau 2010, 17), jolloin hän julkaisi kirjansa *Strategic Management: A Stakeholder Approach* (kts. myös esim. Egels-Zandén ja Sandberg 2010, 35). Schilling (2000, 224) huomauttaa kuitenkin tutkimuksessaan, että esimerkiksi Mary Parker Follet on jo lähes 60 vuotta aiemmin käsitellyt tutkimuksissaan sidosryhmäteorian ismejä. Follet mm. keskittyi tutkimuksissaan organisaation ja sidosryhmien verkostoitumiseen sekä toimijoiden intressien integraatioon. Follet korosti, että yrityksillä ei ole vain yhtä ja ainoaa tarkoitusta ja että yrityksessä yksilöillä on omat intressinsä. Vaikka Schillingin mukaan monet sidosryhmäteorian opit kumpuavat suoraan Folletin näkemyksistä, niin silti viittauksia hänen tutkimuksiinsa ei löydy sidosryhmäteoriaa käsittelevästä kirjallisuudesta. (Schilling 2000, 224, 239)

Talvion ja Välimaan (2004, 39) mukaan yhteiskuntavastuussa on kyse sidosryhmien odotusten tunnistamisesta ja huomioimisesta yritystoiminnassa. Kankkusen, Matikaisen ja Lehtisen (2005, 33) mukaan sidosryhmäsuhteiden hoitaminen vie huomattavan määrän aikaa ja rahaa. He kuitenkin uskovat, että yritys tarvitsee menestyäkseen sekä luottamusta että yhteistyötä eri sidosryhmiensä kanssa. Dowling ja Moran (2012, 25) mukaan yritykset aloittavat uusia yhteiskuntavastuuohjelmia tai lahjoittavat rahaa hyväntekeväisyyteen ja toivovat tämän vaikuttavan positiivisesti sidosryhmäsuhteisiinsa. Cerrutin ym. (2012, 74) mukaan yhteiskuntavastuusta onkin tullut merkittävä osa yrityksen imagoa. Eri sidosryhmät, työntekijöistä asiakkaisiin, näkevät yritysten yhteiskuntavastuun vaikuttavan jopa heidän päätöksentekoprosessiensa taustalla. Edellä mainitut aiemmat tutkimukset omalta

osaltaan osoittavat, että yritykset pyrkivät myös yhteiskuntavastuuraportoinnin avulla kehittämään sidosryhmäsuhteitaan ja vastaamaan sidosryhmien odotuksiin.

Cuganesanin ja Khanin (2008, 85-86) mukaan yritykset raportoivat vapaaehtoisesti kasvavissa määrin tarjotakseen sidosryhmillensä tietoa yrityksen suoriutumisesta. Näitä tiedoksiantoja kutsutaan vaihtelevasti monilla eri nimillä, kuten asiakas- ja yhteisölupauksiksi tai sidosryhmäraporteiksi. Tutkijoiden mukaan sidosryhmäraportoinnin laatua on arvioitu vähäisesti, vaikka kriitikoiden mielestä kyse on vain suhteiden rakentelusta. Tutkijat nostavat lisäksi tutkimuksessaan esille sidosryhmäsuhteiden vuorovaikutteisuuden. Tutkimuksessa tarkastellaankin sekä sidosryhmäraportoinnin laatua että sidosryhmien vastavuoroista kontribuutiota organisaatiolle.

Cuganesanin ja Khanin (2008, 85) tutkimuksen kohderyhmänä oli Australian viisi suurinta pankkia ja niiden käyttämät ei-taloudelliset toimintaindikaattorit. Tutkimuksen tulokset osoittavat sen, että sidosryhmäraportoinnissa ei ole havaittavissa johdonmukaisuutta toimintaindikaattoreiden käytössä, sidosryhmien tyytyväisyydestä ja sidosryhmien kontribuutiosta raportoidessa. Raportoinnissa annetaan hyvin vähän painoarvoa sidosryhmien merkityksestä organisaation suoriutumiselle; painoarvo on sidosryhmien tyytyväisyydessä.

Birdin, Momentén ja Reggianin (2012, 153-154, 161-162) tutkimuksessa vertailtiin 6 eri markkina-alueen suhtautumista yritysten yhteiskuntavastuulliseen toimintaan. Tutkimuksen tarkkailualueet olivat Keski- ja Etelä-Eurooppa, Pohjoismaat (pois lukien Islanti), Iso-Britannia, Yhdysvallat, Japani ja Australia. Tutkimus osoitti sen, että Euroopassa sijoittajat arvostavat suuresti organisaatioiden yhteiskuntavastuullista toimintaa. Tämä näkyi selvästi yhtiöiden korkeassa arvostamisessa. Yhdysvalloissa, Japanissa ja Australiassa yhteiskuntavastuullisen toiminnan vaikutus yrityksen arvoon oli neutraali. Sekä taloudellisen, sosiaalisen että ympäristövastuun saralla näiden alueiden yhteiskuntavastuullisten toimien vaikutus yritysten markkina-arvoon oli hyvin pieni tai olematon. Yhdysvalloilla tosin tarkasteluajanjakson pituus vaikutti suuresti yhteiskuntavastuullisuuden ja markkina-arvon korrelaation merkittävyyteen; yhden vuoden tarkasteluajanjaksolla yhteiskuntavastuullisuudella ja markkina-arvolla



havaittiin usein positiivinen ja merkittävä korrelaatio, kun taas kahden vuoden tarkasteluajanjaksolla korrelaatio muuttui merkityksettömäksi.

### **2.2.3.1 Yhteiskuntavastuuraportoinnin taustalla vaikuttavia sidosryhmiä**

Sidosryhmiä on jaoteltu eri tutkimuksissa eri kategorioihin esimerkiksi niiden merkittävyyden mukaan (kts. esim. Garvare ja Johansson 2010, 739). Garvare ja Johansson (2010, 739) näkevät primääriset sidosryhmät sidosryhminä, joilla on hallussaan yrityksen tarvitsemia tukitoimintoja. Primäärisinä sidosryhminä voidaan tutkijoiden mukaan nähdä esimerkiksi työntekijät, johto, asiakkaat, toimittajat, omistajat ja yhteiskunta. Sekundääriset sidosryhmät ovat tutkijoiden mukaan nykytutkimuksessa sidosryhmiä, joilla ei ole varsinaisesti hallussaan yrityksen tarvitsemia voimavaroja mutta joilla on kuitenkin valtaa enemmän kuin muilla yritysten intressiryhmillä. Näistä intressiryhmistä sidosryhmät eroavat siinä, että sidosryhmillä on mahdollisuus vaikuttaa yrityksen toimintaan, kun sidosryhmät ovat tyytymättömiä yrityksen toimintaan.

Cuganesanin ja Khanin (2008, 87) mukaan tutkijoiden keskuudessa on kuitenkin edelleen erimielisyyttä eri sidosryhmien tärkeysjärjestyksestä. Esimerkiksi valtionjohto nähdään toisten tutkijoiden joukossa primäärisenä sidosryhmänä, kun toiset tutkijat pitävät sitä puolestaan sekundäärisenä sidosryhmänä. Freemanin ja Purnellin mukaan (2012, 112-113) Wall Streetillä on jo pitkään vallinnut ajattelu, jonka mukaan omistajat ovat liiketoiminnan tärkein sidosryhmä. Tutkijat ovat kiinnostuneita siitä, miten omistajien tärkeyttä korostava ajattelumalli on säilynyt liiketoiminnan keskiössä lukuistan talouskriisien ja muutoshalukkuuden jälkeen.

Tutkimuksen empiirisessä osuudessa, jossa käydään läpi casepankkien asiantuntijoiden haastatteluvastauksia, esitellään casepankkien nimeämiä sidosryhmiä, joille casepankit ovat suunnanneet vuoden 2011 yhteiskuntavastuuraporttinsa. Myös näissä casepankkien haastatteluvastauksissa ilmenee eri sidosryhmien erilainen painoarvo. Tämän tutkimuksen casepankkienkin voidaan siis nähdä jakavan sidosryhmiänsä primäärisiin ja sekundäärisiin sidosryhmiin. Seuraavassa kappaleessa esitellään casepankkien määrittelemiä sidosryhmiä, joista suuri osa löytyy myös casepankkien haastatteluvastauksista.

Tutkimuksen casepankeista Nordea määrittelee työntekijät, yritysasiakkaat, yksityisasiakkaat, kansalaisjärjestöt, analyytikot, osakkeenomistajat, viranomaiset sekä alihankkijat sidosryhmikseen (kuvio 7). Handelsbanken määrittää primäärisiksi sidosryhmikseen asiakkaat, työntekijät, osakkeenomistajat, sijoittajat sekä yhteiskunnan. Yhteiskunnalla tarkoitetaan erityisesti valvontaviranomaisia niissä maissa, joissa pankilla on toimintaa (Handelsbanken 2012a, 8). Danske Bankille (2013b) asiakkaat, alihankkijat, viranomaiset, osakkeenomistajat, työntekijät ja eri yhteisöt ovat kohteita, joihin pankin arvonluontiprosessi vaikuttaa. Tapiola Pankki (2012a) mainitsee omistaja-asiakkaansa tärkeimpänä sidosryhmänä, sillä ne ovat mukana pankin yritystoiminnan kehittämisprosessissa. Muita oleellisia sidosryhmiä Tapiola Pankille ovat työntekijät, tavaroiden ja palveluiden toimittajat, yhteistyökumppanit, viranomaiset, kuluttaja- ja kansalaisjärjestöt, oppilaitokset, kilpailijat sekä lähiyhteisöt ja media.



KUVIO 7. Nordean sidosryhmät (Nordea 2012, 11)

#### 2.2.4 Legitimaatioteoria yhteiskuntavastuuraportointia selittävänä teoriana

Tutkimuksen tässä alaluvussa pyritään legitimaatioteorian avulla selittämään yritysten yhteiskuntavastuuraportointia. Erilaisia syitä on tarjottu yritysten yhteiskuntavastuuraportoinnin ilmiön selittämiseksi. Legitimaatioteoria on ollut yksi näistä selittävästä tekijöistä. Legitimaatioteorian mukaan yritysten tiedoksiantojen avulla pyritään saavuttamaan legitimizeetti yrityksen toimille. (Guthrie ja Parker 1989, 343) Deeganin (2006, 161) mukaan legitimaatioteoriaa onkin käytetty mm. selittämään yhtiöiden julkistamia vapaaehtoisia tiedoksiantoja tai raportteja. Tutkija mainitsee näistä esimerkkinä yhteiskuntavastuuraportit.

Bitektine luettelee (2011, 152) tutkimuksessaan eri tutkijoiden määritelmiä yrityksen legitimitetille. Bitektinen mukaan eri määritelmien perusteella voidaan legitimitetin käsite nähdä joko eri toimijoiden käsityksinä organisaatiosta, organisaation arviointina tai toimijoiden käsityksien käyttäytymisseurauksina, kuten hyväksyntänä. Suchman (1995, 573) huomautti jo vuonna 1995 julkaistussa tutkimuksessaan, että legitimitetti on määritelty lukuisin eri tavoin tutkijoiden keskuudessa eri aikoina. Suchman (1995, 573-574) tuo aikaisempien tutkimusten määritelmien keskeisimpiä piirteitä esille tutkimuksessaan ja määrittelee legitimitetin seuraavasti: ”Legitimitetti on yleinen havainto tai luulo, jonka mukaan jonkun entiteetin toiminnat ovat haluttavia, suotavia tai hyväksyttäviä sosiaalisesti rakentuneessa systeemissä, joka perustuu joko normeihin, arvoihin, uskomuksiin tai määritelmiin.” Tässä tutkimuksessa legitimitetillä tarkoitetaan Suchmanin kuvailemaa yleistä havaintoa tai luuloa.

Bitektinen (2011, 152) mukaan legitimaatiossa on puolestaan kyse legitimitetin sosiaalisesta rakennusprosessista. Legitimaatio tarkoittaa tässä tutkimuksessa Bitektinen määritelmän mukaista toimintaa. Tutkimuksessa tehdään siis selkeä jaottelu legitimitetin ja legitimaation välille. Chenin ja Robertsinkin mukaan (2010, 653) legitimaatioteoria tarkastelee yhteiskunnallista arvoketjua. Polttopisteessä on se, että kohtaako yrityksen arvosysteemi yhteiskunnallisen arvosysteemin. Legitimaatioteorian näkökulmasta yritystoiminnan tavoitteena on saada toiminnalleen yhteiskunnalta hyväksyntä sekä vastata yhteiskunnan odotuksiin. Tässä tutkimuksessa yhteiskuntavastuurausraportointi nähdään yhtenä välineenä, jonka avulla tutkimuksen casepankit pyrkivät saavuttamaan toiminnalleen hyväksynnän sekä vastaamaan yhteiskunnan ja sidosryhmien odotuksiin.

Yhteiskuntavastuurausraportointi ei ole kuitenkaan tae legitimitetin saavuttamisella. Aikaisemmissa tutkimuksissa on mm. ilmennyt, että yritykset käyttävät myös vilpillisiä keinoja legitimitetin saamiseksi (kts. esim Driscoll ja Lightstone 2008,7; Buller, Rutherford ja Stebbins 2009, 949). Driscollin ja Lightstonen (2008, 7) yrityksen tiedoksiantoja ja legitimitettiä käsittelevän tutkimuksen tulokset osoittivat, että tutkimuksen riskipitoiset yritykset olivat pyrkineet saavuttamaan legitimitetin käyttämällä vaikeaselkoista kieltä sekä julkaisemalla valikoivia tiedoksiantoja. Osa tutkimuksen yrityksistä antoi lisäksi liian positiivisen vaikutelman tulevaisuuden odotuksistaan. Bullerin, Rutherfordin ja Stebbinsin (2009, 949) mukaan aloittelevat

yrittäjät ja yritykset saattavat valehdella avainsidosryhmilleen saavuttaakseen legitimitietin.

## 2.3 Global Reporting Initiative

Global Reporting Initiative on voittoa tavoittelematon organisaatio, joka perustettiin vuonna 1997 Bostonissa, Yhdysvalloissa. GRI:n juuret ovat the Coalition for Environmentally Responsible Economies-organisaation (CERES) toiminnassa. CERES loi 1990-luvun alkupuolella viitekehyksen yritysten ympäristövastuuraportoinnille. Tarpeesta kehittää ja laajentaa tätä viitekehystä syntyi ”Global Reporting Initiative”-projektiosasto. Vuonna 1998 perustettiin lisäksi sidosryhmätoimija Steering Committee, jonka tehtävä on kehittää GRI-ohjeistusta. Muutama vuosi myöhemmin julkaistiin ensimmäiset viralliset GRI-ohjesäännöt. Lopulta vuonna 2001 GRI irtaantui CERES:stä omaksi organisaatiokseen. (Global Reporting Initiative 2012a)

Global Reporting Initiativen hallinto jakaantuu kolmeen eri hallintoelimeen. Nämä hallinnolliset toimijat ovat organisaation hallitus, sidosryhmävaltuusto ja tekninen tiedotuskomitea. Organisaation hallinnossa on edustusta eri sidosryhmistä. Moninaisuus ja diversiteetti ovat myös merkittäviä valintakriteereitä. Hallinnollisiin elimiin pyritäänkin valitsemaan työntekijöitä monista eri maista. Myös työntekijöiden kulttuurista, asiantuntijuus ja koulutus vaihtelevat huomattavasti. (Global Reporting Initiative 2012c)

GRI:n sihteeristön tarkoituksena on tukea edellä mainittujen kolmen hallintoelimen toimintaa. Tämän lisäksi sihteeristön funktioihin kuuluvat talous- ja henkilöstöpalvelut, IT-toiminnot ja muita käytännön toimintoja. Sihteeristön rooli onkin oleellinen taloushallinnossa, kommunikoinnissa sekä sidosryhmäsuhteiden ylläpitämisessä. Sihteeristöön kuuluu myös erilaisia tiimejä, joiden fokus ja toiminta rakentuu mm. ohjeistuksen, tukitoimintojen, innovaatioiden, kommunikaation ja verkostosuhteiden kehittämisen ympärille. (Global Reporting Initiative 2012d)

### 2.3.1 GRI-ohjeisto

Global Reporting Initiative julkaisi ensimmäisen raportointiohjeistonsa vuonna 2000. Ohjeistoa kehitettäessä kiinnitettiin huomiota ympäristötekijöiden lisäksi myös hallinnollisiin, taloudellisiin ja sosiaalisiin tekijöihin. Vuoden 2002 maailman kestävän kehityksen huippukokouksessa GRI paljasti uuden raportointiohjeistonsa. Tämän raportointiohjeiston julkaisu johti yhteistyöhön GRI:n ja YK:n ympäristöohjelma-osaston välillä. Tämä yhteistyö johti lopulta seuraavan raportointiohjeiston kehittämiseen yli 3000 asiantuntijan voimin. Uusin jo julkaistu versio GRI-ohjeistoista on nykyinen G3-ohjeisto, joka julkaistiin vuonna 2006. G3-ohjeisto ei ole kuitenkaan viimeisin versio GRI-ohjeistoista. Maaliskussa 2011 GRI julkaisi päivitetyn version G3-raportointiohjeistosta. GRI:n mukaan G3.1 kehitettiin ja julkaistiin, koska ohjeistossa haluttiin ottaa entistä paremmin huomioon ihmisoikeudet, sukupuolten tasa-arvoisuus ja yhteisöllisyys. (Global Reporting Initiative 2012a)

GRI on laajentanut viime vuosien aikana toimintaansa koulutuksen ja tutkimuksen saralla. Ohjeistojen kehittämisen saralla uusi alueavaltuus oli GRI:n kehittelemät toimialakohtaiset ohjeistukset. GRI:n fokus on ollut myös pk-yritysten paremmassa huomioimisessa. GRI:n mukaan organisaation pyrkimyksenä onkin jatkuvasti kehittää toimintaansa vastatakseen yhä paremmin myös tämän kokoluokan yritysten tarpeisiin. (Global Reporting Initiative 2012a)

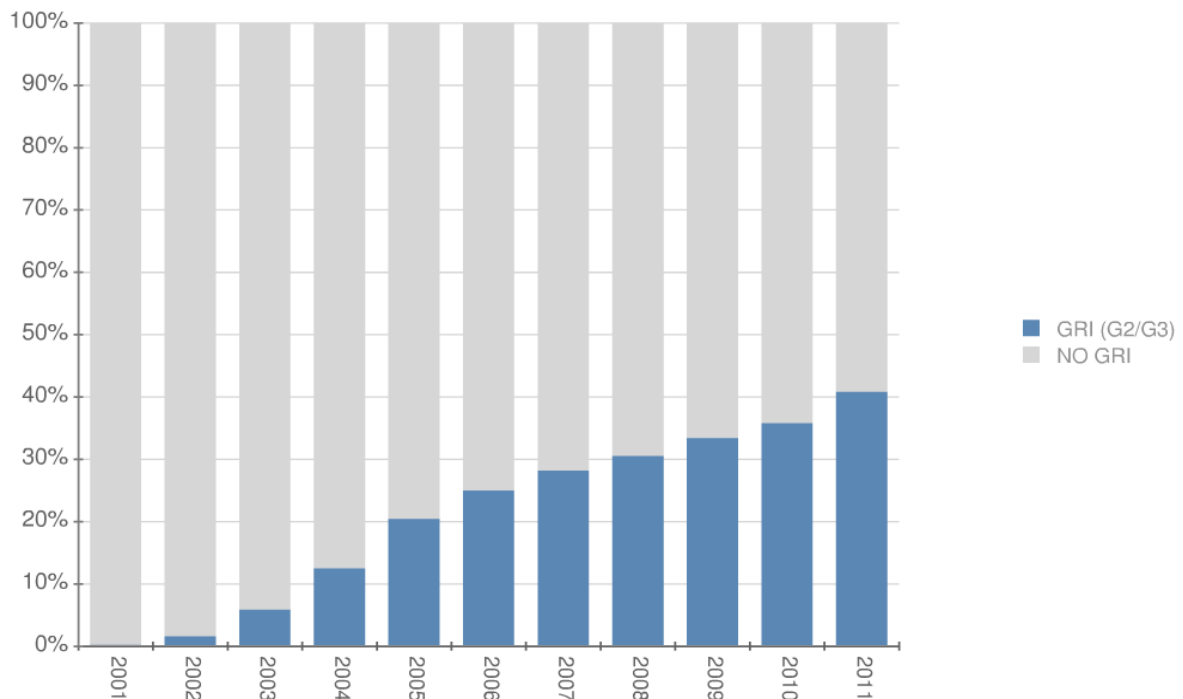
Global Reporting Initiative on paljastanut, että uusi ohjeisto julkaistaan vuonna 2013. GRI:n mukaan G4-ohjeiston tavoitteena on vastata yhä paremmin nykyisiin raportointitrendeihin ja muutoksiin. G4-ohjeistonsa avulla GRI:n tavoitteena on tarjota ohjeistusta uusiin ja ajankohtaisiin ongelmiin. GRI pyrkii raportointiohjeistonsa kehittämisellä kohti kestävämpää globaalia taloutta. (Global Reporting Initiative 2011b, 11)

GRI:n mukaan sidosryhmät ovat vahvasti esillä uusimman G4-ohjeiston suunnittelussa. G4-ohjeisto tullaan kehittämään eri sidosryhmien kanssa yhteistyössä konsultaatioprosessina. Näin pyritään takaamaan jokaisen sidosryhmän huomioiminen. GRI on lisäksi jo aloittanut kyselytutkimukset koskien uuden ohjeistonsa sisältöä ja rakennetta. (Global Reporting Initiative 2011b, 11)

GRI on myös aiemmin pitänyt hyvin oleellisena vahvaa vuoropuhelua eri sidosryhmien välillä kehittäessään raportointiohjeistuksia. Vuonna 2009 GRI ja A4S järjestivät kokouksen vaikutusvaltaisille vieraille, joihin kuului mm. sijoittajia, YK:n edustajia ja yritysjohtajia. Kokouksen tarkoituksena oli aloittaa vuoropuhelu eri osapuolten välillä tarpeesta yhtenäistää taloudellista ja kestävän kehityksen raportointia. Kokouksessa oltiin yhtä mieltä siitä, että kansainvälinen toimivaltainen asiantuntijaryhmä tulisi kutsua koolle luomaan yleisesti hyväksytty ja yhtenäistetty raportoinnin viitekehys. Tämä tapahtuisi tuomalla yhteen taloudellisen ja ei-taloudellisen raportoinnin edelläkävijäorganisaatiot. Kokoukseen osaa ottaneet tahot pyysivät lisäksi G20-mailta apua hankkeensa toteuttamisessa. Joulukuussa 2009 järjestetyssä kestävän kehityksen konferenssissa kokouksen ehdotukset yleisölle esitti Walesin prinssi tukenaan monien eri sidosryhmien edustajat. (Fries, McCulloch & Webster 2010, 44)

Nykyään GRI:n viitekehys tarjoaa yritykselle ohjenuoran siitä, kuinka mitata ja raportoida yrityksen toimintaa neljällä eri yhteiskuntavastuun osa-alueella. Nämä osa-alueet ovat sosiaalinen, taloudellinen ja ympäristövastuu sekä hyvä hallintotapa. (Global Reporting Initiative 2012a) Talvio & Välimaa (2004, 126) määrittävät Global Reporting Initiativen kansainväliseksi hankkeeksi, jonka avulla pyritään yhtenäistämään taloudellisen, yhteiskunta- ja ympäristövastuuraportoinnin käytäntöjä kansainvälisesti.

GRI-ohjeiston suosion kehitystä kuvaa Corporate Registerin (2012b) pylväsdiagrammikaavio (kuvio 8). Taulukko kuvaa sitä, kuinka GRI-ohjeiston käyttö on yleistynyt 2000-luvun ensimmäisellä vuosikymmenellä. Kun 2000-luvun alussa vain muutama prosentti yrityksistä noudatti yhteiskuntavastuuraportoinnissaan GRI-ohjeistusta, niin vuonna 2011 jo yli 40 % kaikista yhteiskuntavastuuraporteista noudatti GRI-ohjeistusta. Suomessa yksi osoitus GRI-ohjeiston asemasta on GRI G3-raportointiohjeiston toimiminen arviointikriteeristönä Suomen Uudistuneessa Yhteiskuntavastuuraportointikilpailussa (Elinkeinoelämän keskusliitto 2011).



KUVIO 8. GRI-ohjeiston prosentuaalinen noudattaminen yhteiskuntavastuuraportoinnissa (Corporate Register 2012b)

### 2.3.1.1 G3-ohjeisto

Vuonna 2002 julkaisemansa G2-ohjeiston jälkeen GRI organisoi useita tilaisuuksia saadaakseen yhä uusia kehitysideoita GRI-viitekehzyksensä parantamiseksi. Vuonna 2005 eri sidosryhmiä edustaneet asiantuntijat muodostivat työryhmiä, joiden tarkoitus oli kehittää raportointiprosessia ja tunnuslukujen sisältöä. Tämän työn tuloksena syntyi 2006 alkuvuodesta G3-luonnosversio, joka annettiin julkisesti kommentoitavaksi. GRI sai kolmen kuukauden aikana kommentteja ja palautetta yhteensä 270 eri taholta koskien uutta ohjeistoa. Palaute huomioiden GRI viimeisteli G3-ohjeistonsa ja julkisti sen vuoden 2006 lopussa. (Niskala ym. 2009, 96-97)

Vuonna 2002 julkaistun ohjeiston jälkeen saadun palautteen ja järjestettyjen tilaisuuksien pohjalta GRI-viitekehzyksessä havaittiin muutamia kehittämiskohteita. Näitä kehittämiskohteita olivat mm. sijoittajille suunnatun yhteiskuntavastuutiedon raportoinnin kehittäminen, käyttäjäystävällisyyden parantaminen, olennaisuuden määrittelyä koskevan ohjeiston lisääminen, yhteismitallisuuden lisääminen suhteessa muihin yhteiskuntavastuun ohjeisiin ja standardeihin sekä laskentaperiaatteiden



täsmäntäminen. Lisäksi GRI:n keskeisenä tavoitteena oli muutuskustannusten minimointi niiden organisaatioiden suhteen, jotka siirtyvät vanhasta GRI-ohjeistosta uuteen.

Käytännön muutokset G3-ohjeistossa verrattuna edellisiin versioihin olivat uudet testikysymykset, jotka koskivat raportointiperiaatteita, raportointiperiaatteiden sisällön täsmäntäminen ja uusi määrittelyperiaatteiden jako, strategia ja taustatiedot -osion uudet painoarvot, tunnuslukuja koskevan -osion uusi rakenteellinen jako sekä toimintaindikaattoreiden uudet laskentaohjeet. G3-ohjeiston yhtenä keskeisenä tavoitteena on yhteiskuntavastuun integroiminen yrityksen muuhun toimintaan ja päätöksentekoon. Toimintaindikaattoreiden ja tunnuslukujen uusilla laskentaohjeilla on puolestaan pyritty kehittämään toimintaindikaattoreiden ja tunnuslukujen vertailukelpoisuutta. Laskentaohjeissa on laskentakaavojen ja käsitteiden määritelmien lisäksi viittauksia muihin merkittävien toimijoiden, kuten YK:n, aloitteisiin. (Niskala ym. 2009, 96-97, 107-108)

### **2.3.2 Näkemyksiä GRI-ohjeistosta**

Josephin (2012, 94) mukaan GRI:n ohjeisto on valitettavan hajanainen. Dingwerthin ja Eichingerin (2010, 91) mukaan GRI:n organisaatio kontrolloi heikosti raporttien ymmärrettävyyttä ja saatavuutta. Lisäksi GRI on epäonnistunut hyödyntämään uutta teknologiaa tehdäkseen organisaatioiden yhteiskuntavastuuraportit keskenään helpommin vertailtaviksi. Tullbergin (2012, 322) mukaan GRI tarjoaa monia toimintaindikaattoreita, mutta ei laita niitä paremmuusjärjestykseen tai edes luokittele mikä on huono tai hyvä arvosana. GRI ei myöskään tarjoa riittävästi perusteluja indeksinsä tueksi. Yrityksiltä vaaditaan paljon dataa raporttiansa laatimiseen, mutta miksi juuri tietyt asiat ja kohdat on nostettu esille jää tutkijan mukaan epäselväksi. Läpinäkyvyys ei ole tutkijan mukaan sillä tasolla kuin sen tulisi olla.

Archelin, Correan ja Monevan (2006, 121, 135) mukaan GRI-ohjeiston noudattaminen yhteiskuntavastuuraportoinnissa ei ole tae organisaation yhteiskuntavastuulliselle toiminnalle. Raportoivien organisaatioiden joukossa on yrityksiä, joilla on ilmennyt ongelmia mm. ihmisoikeuksien ja ilmansaasteiden saralla. Tutkijoiden mukaan yrityksissä, joissa kestävä kehitys nojaa GRI-ohjeistoon, voi tästä huolimatta ilmetä

muutamia ongelmia kestävän kehityksen saralla. GRI tarjoaa kokoelman indikaattoreita sen sijaan että se pyrkisi muuttamaan yritysten mentaliteettia ja arvoja kohti kestävämpää kehitystä. Tutkijoiden mukaan GRI-ohjeisto ei huomioi kolmen yhteiskuntavastuun dimension vuorovaikutusta keskenään tarkastellessaan jokaista osa-aluetta omana kokonaisuutenaan. GRI-ohjeisto kasvattaa myös riskiä unohtaa kestävän kehityksen kokonaiskuva. Globalisaatio ja etelän ja pohjoisen divergenssi ovat esimerkkejä kokonaiskuvan suurista osa-alueista. GRI-ohjeisto ei tutkijoiden mukaan huomioi myöskään riittävästi tulevaisuuden näkymiä.

### **2.3.3 GRI ja sidosryhmät**

GRI on voittoatavoittelematon organisaatio (Global Reporting Initiative 2012a). Du Bois, Caers, Jegers ja Van Puyvelde (2012, 433-434 ) jaottelevat voittoatavoittelemattomien organisaatioiden sidosryhmät sisäisiin, ulkoisiin sekä rajapinnassa oleviin sidosryhmiin. Hallituksen jäsenet kuuluvat näihin rajapintasidosryhmiin, sillä sen vaikutusalue ulottuu sekä organisaatioon että sen ulkopuolelle. Sisäisiä sidosryhmiä ovat työntekijät, johto sekä vapaaehtoiset. Ulkoisia sidosryhmiä ovat mm. alihankkijat, kilpailijat ja asiakkaat.

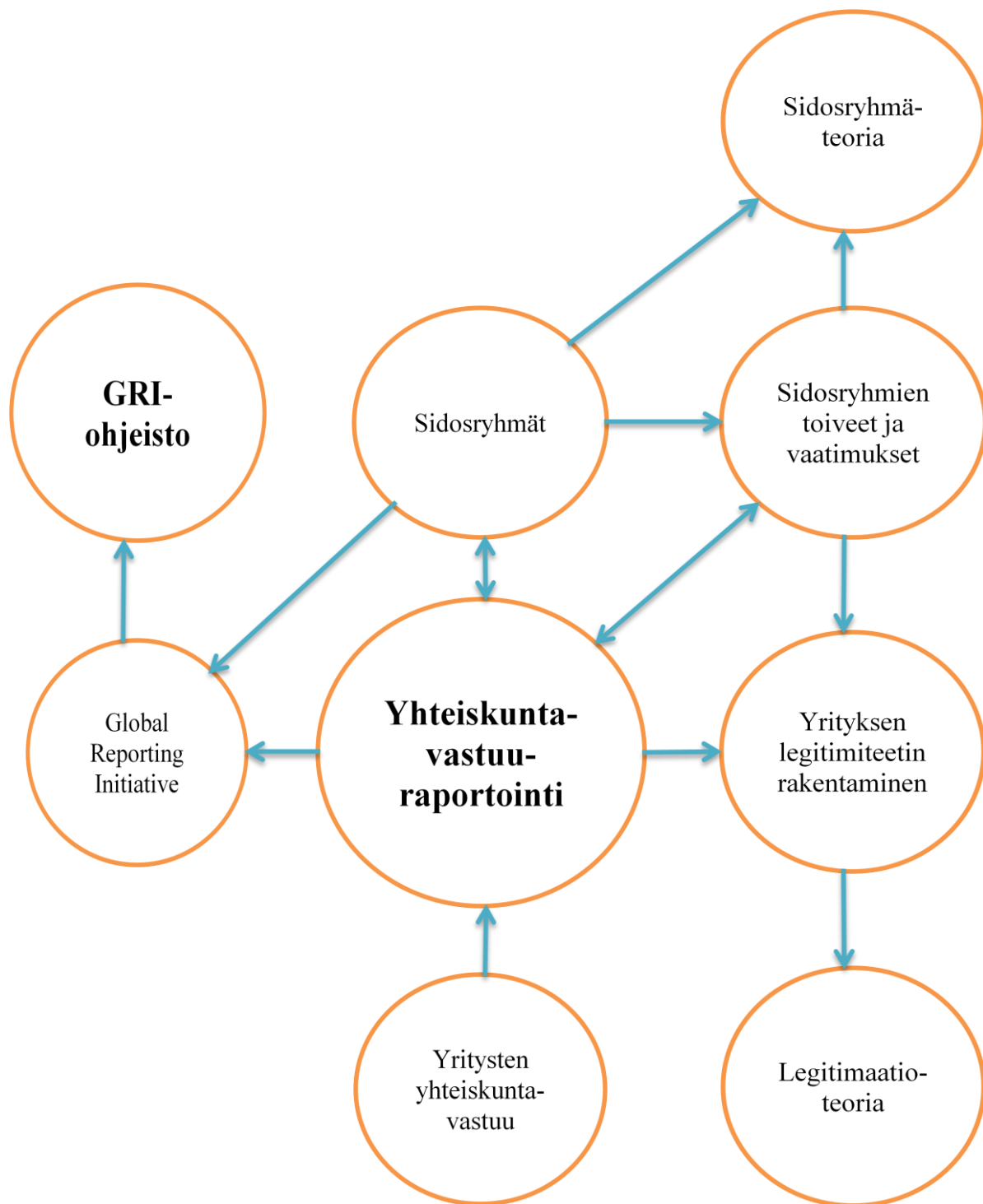
Josephin (2012, 94, 104) mukaan GRI on korostanut kestävän kehityksen yhteydessä monisidosryhmä-näkökulmaa. Tutkijan mukaan GRI:n ohjeisto huomioi paremmin sidosryhmät kuin tavallinen kirjanpitosstandardisto. Tuorein GRI-ohjeisto, G3-ohjeisto, on kehitetty laajan palauteprosessin perusteella. Palautteessaan GRI pyysi kehitysehdotuksia vuonna 2002 julkaisemaansa ohjeistoonsa. (Niskala ym. 2009, 96)

Brown, de Jong ja Levy (2010, 89) eivät esitä GRI:n toimintaa yhtä positiivisessa valossa sidosryhmien kannalta. Tutkijoiden mukaan Global Reporting Initiativen perustajat ovat markkinoineet yhteiskuntavastuuraportoinnin viitekehystä monien sidosryhmien yhteiseksi prosessiksi, joka tarjoaa yhteisiä ja laajoja hyötyjä toimijoilleen. Tutkijoiden mukaan GRI on kuitenkin lähinnä onnistunut asemansa vakiinnuttamisessa yritysten raportointityökaluna, eikä niinkään tuottamaan hyötyä esimerkiksi sijoittajille tai kansalaisjärjestöille. GRI-ohjeisto kilpailee yhä muiden standardien kanssa eikä ole kehittänyt vielä ohjeistoa, joka mahdollistaisi yritysten

datan ongelmattoman vertailun. GRI on tutkijoiden mukaan kaukana tavoitteestaan saavuttaa yhtä merkittävä asema, kuin taloudellisilla raportointistandardeilla on yritysmaailmassa.

## **2.4 Tutkimuksen teoreettisen viitekehyksen yhteenveto**

Tässä luvussa esiteltiin tutkimuksen teoreettisen viitekehyksen eri osa-alueet. Nämä osa-alueet ovat yritysten yhteiskuntavastuu, yhteiskuntavastuuraportointi, Global Reporting Initiativen organisaatio ja sen luoma GRI-ohjeisto sekä sidosryhmä- ja legitimaatioteoria. Sidosryhmäteorian avulla pyritään selittämään yritysten pyrkimystä vastata sidosryhmien toiveisiin ja vaatimuksiin. Myös legitimaatioteorian avulla pyritään selittämään näihin odotuksiin vastaamista. Yhteiskuntavastuuraportointi nähdään tässä tutkimuksessa legitimiteetin rakennusprosessina sidosryhmien silmissä. (kuvio 9)



KUVIO 9. Tutkimuksen teoreettinen viitekehys ja teoreettisen viitekehyksen osalueiden riippuvuussuhteet

Yllä olevassa kuviossa on teoreettisen viitekehyksen osa-alueiden esittelemisen lisäksi pyritty myös kuvaamaan oleellimmat riippuvuussuhteet teoreettisen viitekehyksen eri osa-alueiden välillä. Yritysten yhteiskuntavastuu on se teema, mistä yritykset raportoivat yhteiskuntavastuuraportoinnissaan. Tässä tutkimuksessa yhteiskuntavastuuraportoinnin tutkiminen kattaa Global Reporting Initiativen luoman raportointiohjeiston (GRI-ohjeiston) mukaisen yhteiskuntavastuuraportoinnin. GRI-ohjeisto ja yhteiskuntavastuuraportointi ovatkin tämän tutkimuksen keskiössä, minkä vuoksi niitä on myös yllä olevassa kuviossa korostettu.

Sidosryhmillä on oleellinen rooli yritysten yhteiskuntavastuuraportoinnissa. Sidosryhmät ovat sekä yhteiskuntavastuuraportoinnin kohderyhmä että ne myös usein osallistuvat konkreettisesti yhteiskuntavastuuraporttien laadintaan, niin kuin käy ilmi casepankkien edustajien haastatteluissakin myöhemmin tutkimuksen empiirisessä osiossa. Tämän vuoksi riippuvuussuhde yhteiskuntavastuuraportoinnin ja sidosryhmien välillä on yllä esitetyssä kuviossa kaksisuuntainen. Tutkimuksen teoriaosuudessa myös esitettiin, että eri sidosryhmät ovat laajasti edustettuina Global Reporting Initiativen organisaatiossa, ja eri sidosryhmien edustajat ovat tätä kautta varmasti vaikuttaneet huomattavasti GRI-ohjeistojen sisältöön. Sidosryhmät siis vaikuttavat sekä yritysten yhteiskuntavastuuraportointiin suoraan osallistumalla että myös välillisesti Global Reporting Initiativen kautta.

Sidosryhmä- sekä legitimaatioteorian avulla pyritään tässä tutkimuksessa selittämään yritysten yhteiskuntavastuuraportointia. Sidosryhmien toiveet ja vaatimukset vaikuttavat yritysten yhteiskuntavastuuraportointiin. Yhteiskuntavastuuraportointi nähdään yritysten välineenä rakentaa legitimizeettiään. Lisäksi yritykset pyrkivät yhteiskuntavastuuraportoinnin avulla saavuttamaan hyväksynnän toiminnalleen sidosryhmiensä silmissä. Tutkimuksen casepankkien haastatteluissakin käy myöhemmin ilmi, että yritykset pyrkivät yhteiskuntavastuuraportoinnin avulla saavutettavan läpinäkyvyyden ja avoimuuden kautta rakentamaan sidosryhmäsuhteitaan.

### **3 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS**

Tutkimuksen tässä luvussa esitellään tutkimuksen tarkastelukohteet eli tutkimuksen casepankit. Casepankeista esitetään oleellisimpia tunnuslukuja, jotta lukija saisi käsityksen tutkimuksen casepankkien kokoluokasta sekä toiminnasta suomalaisella pankkisektorilla. Myös casepankkien haastatellut asiantuntijat esitetään lyhyesti. Luvun lopuksi analysoidaan tutkimuksen aineistosta casepankkien vuoden 2011 yhteiskuntavastuureportteja sekä GRI-indeksejä. Tutkimuksen aineiston kolmatta osaa, haastatteluvastauksia analysoidaan tutkimuksen empiirisessä osassa sekä tutkimuksen johtopäätöksissä.

#### **3.1 Casepankkien esittely**

##### **3.2.1 Handelsbanken Suomi**

Handelsbankenin markkinaosuus suomalaisella pankkisektorilla oli vuonna 2011 lainoissa mitattuna hieman alle 5 %. Talletuksilla mitattu markkinaosuus on hieman alle 3 % kaikista talletuksista. Handelsbanken on Suomen neljänneksi suurin pankki lainoilla mitattuna ja viidenneksi suurin talletuksilla mitattuna. Handelsbankenin lukuihin on laskettu mukaan Suomessa toimivat Svenska Handelsbanken AB:n (publ), Handelsbanken Rahoitus Oyj:n, Handelsbanken Finans Aktiebolagen (publ) sekä Stadshypotekin sivukonttorit. (Finanssialan keskusliitto 2012a, 3)

Handelsbankenin Suomen 45 asiakaskonttoria, Suomen pääkonttori, pankin rahoitus-, rahasto- ja henkivakuutusyhtiöt, Capital Markets -toiminnot, Handelsbankenin Varainhoito ja Private Banking sekä Handelsbanken Custody työllistivät yhteensä 607 henkilöä vuoden 2011 lopussa. Handelsbankenin Suomen toimintojen liikevaihto vuonna 2011 oli 73 miljoonaa euroa. (Handelsbanken 2012b) Handelsbanken-konsernin oman pääoman tuotto oli 13,5 % vuonna 2011. Vakavaraisuusaste koko konsernilla oli 20,9 %. (Finanssialan keskusliitto 2012a, 14-15)

### **3.2.2 Nordea Pankki Suomi Oyj -konserni**

Nordean markkinaosuus vuonna 2011 suomalaisella pankkisektorilla oli hieman yli 30 % kaikista myönnettyistä lainoista. Talletuksilla mitattuna Nordean markkinaosuus oli lähes 32 % kaikista talletuksista. Nordea on Suomen toiseksi suurin pankki sekä lainoilla että talletuksilla mitattuna. Nordean lukuihin on laskettu Nordea Pankki Suomi Oyj:n sekä Nordea Rahoitus Oy:n luvut. (Finanssialan keskusliitto 2012a, 3)

Nordea Pankki Suomi työllisti 9764 henkilöä vuoden 2011 lopuksi. Suomessa toimivia konttoreita pankilla oli yhteensä 312. Suomen toimintojen liike-tulos oli 1 482 miljoonaa euroa vuonna 2011. Nordea Pankki Suomen oman pääoman tuotto oli 9,6 %, kun se koko Nordean konsernilla oli 10,6 %. Vakavaraisuusaste Nordea Pankki Suomella oli 2011 vuoden lopuksi 13,4, kun se koko Nordean konsernilla oli 11,1 %. (Finanssialan keskusliitto 2012a, 5, 14-15)

### **3.2.3 Danske Bank Oyj**

Vuonna 2011 Danske Bankin pankkitoimintojen markkinaosuus Suomen pankkisektorilla oli sekä lainoissa että talletuksissa mitattuna hieman alle 12 % kaikista kotimaisista lainoista tai talletuksista. Danske Bank on sekä lainoissa että talletuksissa mitattuna Suomen kolmanneksi suurin pankki. Lukuihin on laskettu entisestä Sampo Pankki -konsernista Sampo Pankki Oyj, Sampo Asuntoluottopankki Oyj sekä Danske Bank A/S:n Helsinki Branch. (Finanssialan keskusliitto 2012a, 3)

Danske Bankin pankkitoiminnot työllistivät 3092 ihmistä Suomessa vuonna 2011 yhteensä 120 eri konttorissa. Näihin lukuihin on laskettu sekä entisen Sampo Pankin että Danske Bank A/S:n Helsingin sivukonttorin luvut. Danske Bankin Suomen toimintojen tulokseen kuuluu Sampo Pankin ja sen tytäryhtiöiden luvut, jolloin liike-tulokseksi muodostuu 147,3 miljoonaa vuonna 2011, kun se koko Danske Bank -konsernilla oli 564,4 miljoonaa euroa. Danske Bankin oman pääoman tuotto oli Suomessa 5 %. Danske Bankin Suomen toimintojen vakavaraisuusaste oli vuoden 2011 lopuksi 14,4 %, kun Danske Bank -konsernin vakavaraisuusaste oli puolestaan 17,9 %. (Finanssialan keskusliitto 2012a, 5, 14-15)

### **3.1.4 Tapiola Pankki Oy**

Tapiola Pankin markkinaosuus suomalaisella pankkisektorilla on hieman alle 1 % kaikista vuonna 2011 myönnettyistä lainoista. Kaikista Suomen vuoden 2011 talletuksista Tapiola Pankissa talletettiin 1,3 %. Tapiola Pankki on sekä lainoissa että talletuksissa mitattuna Suomen yhdeksänneksi suurin pankki. (Finanssialan keskusliitto 2012a, 3)

Tapiola Pankki työllisti vuoden 2011 lopuksi yhteensä 171 henkilöä. Konttoreita pankilla oli yhteensä 63 kappaletta Suomessa. Tapiola Pankin liikevoitto oli vuonna 2011 4,7 miljoonaa euroa. Pankin oman pääoman tuotto oli vuonna 2011 5,5 %. Tapiola Pankin vakavaraisuusaste oli vuoden 2011 lopuksi 14,1 %. (Finanssialan keskusliitto 2012a, 5, 14-15)

## **3.2 Pankkien asiantuntijoiden esittely**

Danske Bankin asiantuntija työskentelee pankissa Senior Communications Consultant -nimikkeellä. Haastateltu asiantuntija ei työskentele pankin Suomen toimintojen parissa, mutta tätä ei nähdä tutkimuksessa ongelmana, sillä yhteiskuntavastuuraportointi tehdään konsernitasolla kattaen maat, joissa pankilla on toimintaa. Casepankin edustaja on työskennellyt yhteiskuntavastuun parissa vuodesta 2008 alkaen. Tutkimuksen casepankissa hän on nyt työskennellyt melkein vuoden, ja ennen tutkimuksen casepankkia hän on työskennellyt myös IBM:llä ja A.P. Moeller-Maerskillä yhteiskuntavastuun parissa. Casepankin edustaja ei ollut mukana casepankin vuoden 2011 yhteiskuntavastuuraportointiprosessissa, mutta oli vuoden 2012 raportoinnissa mukana. Lisäksi hän on ollut vuonna 2011 A.P. Moeller-Maerskillä laatimassa yrityksen yhteiskuntavastuuraporttia.

Handelsbankenin asiantuntija työskentelee casepankissa operatiivisessa riskienhallinnassa. Hänen toimenkuvaansa kuuluu sisäinen viestintä yhteiskuntavastuun saralla. Pankin edustaja on toiminut hyvin pitkään finanssialalla, ja edustajan mukaan yhteiskuntavastuullisuus on aina kuulunut haastateltavan työhön jollain tapaa.



Handelsbankenin asiantuntija ei ollut mukana vuoden 2011 yhteiskuntavastuuraportin laadinnassa, sillä yhteiskuntavastuuraportti tehdään konsernitasolla.

Nordean asiantuntija on aloittanut lokakuussa 2012 Nordean yhteiskuntavastuuyksikössä. Pankin asiantuntija toimii yksikössä Management Partnerina. Asiantuntija ei ollut vielä mukana pankin vuoden 2011 yhteiskuntavastuuraportin laadinnassa, mutta osallistui jo julkaistuun vuoden 2012 yhteiskuntavastuuraportin laadintaan. Asiantuntijan työtehtävät painottuvat yhteiskuntavastuun ja yhteiskuntavastuuraportoinnin saralla varsinkin ulkoiseen viestintään. Vuoden 2012 yhteiskuntavastuuraportin osalta pankin asiantuntija työskenteli raportin ulkoasun parissa. Pankin haastateltu edustaja sai muutamiin haastattelukysymyksiin lisäksi apua kollegaltaan Nordean yhteiskuntavastuuyksiköstä.

Haastateltu Tapiola Pankin asiantuntija toimii yhteiskuntavastuun asiantuntijana LähiTapiola-ryhmässä. Hän osallistui jo vuonna 2000 ensimmäistä kertaa yrityksen yhteiskuntavastuuraportointiprosessiin. Tuolloin Tapiola Pankki laati vuosikertomuksen yhteyteen ympäristöraportin. Myöhemmin yritys siirtyi ympäristöraportoinnista kokonaisvaltaiseen yhteiskuntavastuuraportointiin ja alkoi laatimaan erillistä yhteiskuntavastuuraporttia. Nykyään Tapiola Pankki on jälleen palannut toimintamalliin, jossa vuosikertomus ja yhteiskuntavastuuraportti on integroitu yhdeksi raportiksi.

### **3.3 Aineiston analyysi**

Tämän tutkimuksen aineisto koostuu kolmesta eri osasta. Tutkimuksen empirian ensimmäisessä osassa vertaillaan casepankkien vuoden 2011 GRI-indeksejä, joissa pankit ovat ilmoittaneet, miltä osin ne ovat raportoineet yhteiskuntavastuustaan GRI:n toimintaindikaattoreiden mukaisesti vuoden 2011 yhteiskuntavastuuraporteissaan. GRI-indeksit ovat joko osa pankkien vuoden 2011 yhteiskuntavastuuraporttidokumentteja, tai sitten pankit ovat laatineet GRI-indeksistään oman dokumentin. Tutkimuksen empirian ensimmäisessä osassa aineistona on siis casepankkien vuoden 2011 GRI-indeksit sekä yhteiskuntavastuuraportit. Tutkimuksen empirian toinen osa toteuttiin

haastatteluina casepankkien asiantuntijoille. Haastatteluvastaukset ovat siis tutkimuksen empirian toisen osan aineisto.

Seuraavaksi analysoidaan casepankkien vuoden 2011 yhteiskuntavastuureportteja sekä GRI-indeksejä, jotka ovat osa tutkimuksen aineistoa. Haastatteluvastauksia analysoidaan tutkimuksen empiirisessä osassa sekä johtopäätöksissä. Yhteiskuntavastuureporttien ja GRI-indeksien analysoinnissa pyritään tuomaan esille aineistossa ilmenneitä oleellisia piirteitä. Varsinkin sellaiset tekijät, jotka vaikuttavat empirian tulosten mielekkyyteen pyritään käsittelemään.

### **3.3.1 Yhteiskuntavastuureporttien analysointi**

Pankkien vuoden 2011 yhteiskuntavastuureportit eroavat hieman esitystavaltaan. Danske Bank, Handelsbanken ja Nordea ovat laatineet kirjallisen yhteiskuntavastuureportin. Tämän lisäksi ainakin Danske Bank ja Nordea ovat laatineet myös muita yhteiskuntavastuureportointia täydentäviä oheisdokumentteja, joissa pankit kertovat laajemmin yhteiskuntavastuullisesta suoriutumisestaan. Esimerkiksi Danske Bankin dokumentissa ”CR Fact Book 2011” pankki antaa täydentävää tietoa vuoden 2011 yhteiskuntavastuullisesta suoriutumisestaan. Tapiola pankki on muista casepankeista poiketen laatinut verkkovuosisiraportin vuodelta 2011, joka on yhdistetty yhteiskuntavastuureportti sekä vuosikertomus (Tapiola 2012a). Tämä verkkovuosisiraportti on luettavissa LähiTapiola-ryhmän internetsivuilla (Tapiola 2012b). Näillä internetsivuilla konsernin yhteiskuntavastuu on jaettu teemoittain eri alisivuille.

Pankkien yhteiskuntavastuureporttien laajuudet poikkeavat ainoastaan hieman toisistaan. Danske Bankin ja Nordean englanninkieliset vuoden 2011 yhteiskuntavastuureportit ovat molemmat 46 sivua pitkät, kun taas Handelsbankenin vastaava raportti on ainoastaan 36 sivua pitkä. Huomionarvoista on myös se, että sekä Nordean että Handelsbankenin yhteiskuntavastuureportit sisältävät GRI-indeksin, kun Danske Bank on puolestaan laatinut GRI-indeksin omille internetsivuilleen. Tämä huomioden Danske Bankin GRI-ohjeiston mukainen yhteiskuntavastuureportointi vuonna 2011, jos mukaan lasketaan myös laadittu GRI-indeksi, voidaan nähdä hieman laajempaan kuin Nordean GRI-ohjeiston mukainen yhteiskuntavastuureportointi.

Tapiola Pankin yhteiskuntavastuuraportoinnin laajuutta on hyvin vaikea verrata muiden casepankkien konkreettisiin yhteiskuntavastuudokumentteihin. Lisäksi vertailussa voisi huomioida sen, että myös muut takastelupankit Tapiola Pankin lisäksi raportoivat yhteiskuntavastuusuoriutumisestaan internetsivuillaan yhteiskuntavastuuraporttien lisäksi.

Pankkien yhteiskuntavastuuraporttien teemoissa on havaittavissa sekä yhtäläisyyksiä että eroavaisuuksia. Pankkien yhteiskuntavastuuraporteista on löydettävissä samoja teemoja kuten pankin esittely, pankin yhteiskuntavastuun esittely, taloudellinen, sosiaalinen sekä ympäristövastuu, yhteiskuntavastuun eri tunnusluvut, pankkien eri sidosryhmät, kuten asiakkaat, työntekijät, osakkeenomistajat sekä yhteiskunta ja niiden rooli pankin yhteiskuntavastuun ympärillä, vastuullinen sijoittaminen ja lainaaminen, omistajaohjaus, vastuullinen lainaaminen sekä aloitteet, joita on sitouduttu noudattamaan. Lisäksi kaikissa yhteiskuntavastuuraporteissa, myös Tapiola Pankin verkkovuosisiraportissa, on ylimmän johdon edustajan lausunto. Eroavaisuuksia on puolestaan löydettävissä ainakin painotuksista sekä raporteista löytyvistä liitteistä. Danske Bankin yhteiskuntavastuuraportista on havaittavissa, että pankki on halunnut raportoida hyvin kattavasti tavoitteidensa täyttymistä vuodelle 2011. Tästä on raportoitu sekä liiketoiminnan, työntekijöiden, ympäristön sekä yhteiskunnan osalta. Ylipäänsä casepankeilla on ollut oma näkemyksensä eri asioiden painoarvoista. GRI-indeksi sekä yhteiskuntavastuuraportin verifiointidokumentti ovat puolestaan liitteitä, jotka löytyvät toisien pankkien yhteiskuntavastuuraporteista, ja toisien yhteiskuntavastuuraporteista ei. GRI-indeksi löytyy Handelsbankenin ja Nordean yhteiskuntavastuuraporttien loppupuolelta, Danske Bankilla ja Tapiola Pankilla GRI-indeksi löytyy puolestaan casepankkien internetsivuilta. Myös yhteiskuntavastuuraporttien varmennusraportti löytyy Handelsbankenin ja Nordean yhteiskuntavastuuraporteista. Danske Bank sekä Tapiola Pankki eivät ole ulkoisesti verifioineet yhteiskuntavastuuraporttejaan, eikä niiden vuoden 2011 yhteiskuntavastuuraporteista tämän vuoksi ulkoista varmennusraporttia löydy.

Tyyllillisesti pankit käsittelevät myös eri tavoin yhteiskuntavastuunsa osa-alueita. Danske Bankilla on varsinkin paikoitellen hyvin omanlaisensa lähestymistapa yhteiskuntavastuullisen suoriutumisen raportointiin. Tästä esimerkkinä on Danske Bankin vuoden 2011 yhteiskuntavastuuraportissa esitetyt dilemmat, kuten naiskiintiöt

yhtiöiden hallituksissa, joihin pankki esittelee omat näkemyksensä. Handelsbanken, Nordea ja Tapiola Pankki raportoivat suoriutumisestaan hieman perinteisemmin teema-teemalta, eikä näiden pankkien yhteiskuntavastuuraporteista ole löydettävissä niin helposti uniikkeja tyyllillisiä elementtejä kuin Danske Bankilla.

### **3.3.2 GRI-indeksien analysointi**

GRI-indeksit on esitelty tutkimuksen casepankeilla hieman eri tavoin. Danske Bankilla GRI-indeksi löytyy pankin internetsivuilta, missä pankki on jakanut GRI-indeksin teemoittain vielä eri alasivuiksi. Handelsbankenilla ja Nordealla GRI-indeksi on puolestaan liitetty osaksi vuoden 2011 yhteiskuntavastuuraporttia. Tapiola Pankki on puolestaan julkaissut internetsivuillaan GRI-indeksin erillisenä dokumenttinaan.

Esittämistavoissa ilmenneiden erojen lisäksi myös pankkien GRI-indeksien sisällöissä on eroja. Danske Bank, Handelsbanken ja Nordea ilmaisevat GRI-indekseissään, missä pankit ovat raportoineet raportoiduistaan toimintaindikaattoreista. Tapiola Pankki ei ilmaise, mistä sen raportimat yhteiskuntavastuuta koskevat asiat tarkkaan ottaen löytyisivät. Danske Bank, Handelsbanken ja Nordea viittaavat dokumentteihin ja sivuihin, mistä heidän GRI-indeksissä ilmoittamansa raportoidut asiat löytyvät. Danske Bank viittaa GRI-indeksissä vuoden 2011 yhteiskuntavastuuraporttiinsa, vuosikertomukseensa, CR Fact Bookiinsa 2011 tai yhteiskuntavastuuta käsitteleviin internetsivuihinsa. Handelsbanken viittaa raportissaan vuoden 2011 yhteiskuntavastuuraporttiinsa, vuosikertomukseensa tai GRI-raportointia koskevaan dokumenttiinsa. Nordea viittaa vuoden 2011 yhteiskuntavastuuraporttiinsa ja vuosikertomukseensa, minkä lisäksi pankki viittaa muutamassa kohdassa vuoden 2010 yhteiskuntavastuuraporttiinsa.

Jonkinlaisen rajoitteen aineiston luotettavuudelle tekee se, että GRI-indeksissä ilmoitetut tiedot ovat pankkien itsensä laatimia. Kuitenkin tutkimuksen neljästä casepankeista kaksi, Danske Bank ja Handelsbanken, on verifioinut yhteiskuntavastuuraporttinsa, ja tällöin myös tarkistattanut ja hyväksyttänyt samalla GRI-indeksinsä. Lisäksi niin kuin jo aiemmin tässä luvussa mainittiin, niin casepankkien GRI-indeksin luotettavuutta kasvattaa se, että Danske Bank, Handelsbanken sekä Nordea ovat ilmoittaneet dokumentin ja sivun, missä he ovat

raportoineet eri toimintaindikaattorien mukaisesti. Tämä ehkäisee suurella varmuudella näiden pankkien osalta sen, että ne olisivat ilmoittaneet raportoineensa jonkun toimintaindikaattorin mukaisesti, mutta eivät kuitenkaan olisi näin todellisuudessa tehneet.

## 4 TUTKIMUKSEN TULOKSET

### 4.1 GRI-ohjeiston mukaisen yhteiskuntavastuuraportoinnin kattavuus suomalaisella pankkisektorilla

Tämä alaluku on tutkimuksen ensimmäinen empiirinen osa. Luvussa vertaillaan tutkimuksen casepankkien vuoden 2011 yhteiskuntavastuuraportoinnin kattavuutta. Mittarina käytetään GRI:n luomia toimintaindikaattoreita. Tässä luvussa esitetään sekä se, kuinka casepankit ovat määrällisesti noudattaneet toimintaindikaattoreita, että merkittävimmät poikkeamat casepankkien välillä.

Tutkimuksen empirian ensimmäisen osan vertailua varten aineisto on rajattu käsittämään tutkimuksen kannalta oleelliset GRI:n toimintaindikaattorit. Näitä toimintaindikaattoreita ovat taloudelliset toimintaindikaattorit, ympäristöindikaattorit, sosiaaliset toimintaindikaattorit sekä finanssialan toimialakohtaiset lisäindikaattorit. Yritystietoja käsittelevät toimintaindikaattorit, jotka koskevat strategiaa ja analyysiä, organisaation taustakuvausta, raportin muuttujia, hallintotapaa, sitoumuksia ja yhteistyötä sekä johtamistapaa on jätetty tutkimuksen tarkastelun ulkopuolelle, koska nämä indikaattorit eivät varsinaisesti käsittele yritysten yhteiskuntavastuullista suoriutumista. Nämä indikaattorit ilmaisevat, ovatko yritykset yhteiskuntavastuureporteissaan kertoneet itsestään erilaisia taustatietoja.

Kaiken kaikkiaan vertailu tapahtuu yhteensä 83 eri toimintaindikaattorin avulla. Casepankit ovat ilmoittaneet GRI-indeksissä yhteensä 95 eri taloudellisen toimintaindikaattorin, ympäristöindikaattorin, sosiaalisen toimintaindikaattorin ja finanssialan toimialakohtaisten lisäindikaattorin käytöstä, mutta 12 toimintaindikaattoria on rajattu tutkimuksen ulkopuolelle. Nämä toimintaindikaattorit ovat EN10, EN11, EN13, EN15, EN23, EN24, EN25, EN27, HR8, HR9, PR2 ja PR4. Näiden toimintaindikaattoreiden sisältö on nähtävissä kuvioissa 11 ja 12. Nämä indikaattorit on jätetty tarkastelun ulkopuolelle, koska kaikki casepankit ovat pitäneet niitä epäoleellisina tai eivät ole laatineet niistä mitään merkintää GRI-indeksin yhteydessä. Esimerkiksi toimintaindikaattori EN10, joka käsittelee kierrätetyn ja uudelleenkäytetyn veden kokonaisvolyymiä, ei ole todellisuudessa kovin oleellinen pankkisektorilla

toimivalle yritykselle, joten tämän ja muiden ulkopuolelle rajattujen toimintaindikaattoreiden ulkopuolelle rajaaminen on perusteltua. Vertailu tapahtuu yhteensä 9 taloudellisen toimintaindikaattorin, 22 ympäristöindikaattorin, 36 sosiaalisen toimintaindikaattorin ja 16 finanssialan toimialakohtaisen lisäindikaattoreiden avulla.

GRI-indeksissä käytetty mitta-asteikko luo oman haasteensa tutkimuksen empiiriselle vertailulle. GRI-indeksissä pankit ilmoittavat toimintaindikaattoreittain raportoineensa joko täysin, osittain tai ei ollenkaan jostain asiasta. Tällainen jako, varsinkin täydellisen tai osittaisen raportoinnin suhteen, on jokseenkin epätarkka. Tämä antaa yrityksille mahdollisuuden jonkinasteiseen tulkinnallisuuteen omaa raportointia arvioidessaan.

Tässä tutkimuksessa ja toimintaindikaattoreiden vertailussa käytettävä pisteytys on seuraava: täysin raportoitu on 1 piste, osittain raportoitu on 0,5 pistettä ja ei raportoitu tai ei oleellinen tai ei merkintää on 0 pistettä. Tutkimuksen vertailu ja vertailussa käytetyt 83 toimintaindikaattoria ja 12 tutkimuksen ulkopuolelle rajattua toimintaindikaattoria esitetään tutkimuksessa seuraavaksi. Toimintaindikaattorit esitetään teemoittain, jotka ovat taloudelliset toimintaindikaattorit, ympäristöindikaattorit, sosiaaliset toimintaindikaattorit sekä finanssialan toimialakohtaiset lisäindikaattorit. Vertailussa on käytetty värejä, jotka tarkoittavat seuraavaa: vihreä tarkoittaa täysin raportoitua (1 piste), keltainen osittain raportoitua (0,5 pistettä), punainen tarkoittaa ei raportoitua (0 pistettä) ja harmaa tarkoittaa, että indikaattori on määritelty epäoleelliseksi tai siitä ei ole merkintää pankin GRI-indeksissä (0 pistettä). Tiedot toimintaindikaattorien noudattamisesta raportoinnissa on poimittu pankkien itsensä laatimista vuoden 2011 GRI-indekseistä ja koottu seuraavassa esitettäviksi kuvioiksi 10-13. Taulukoiden alalaidassa on lisäksi ilmoitettu, paljonko pankit ovat saaneet pisteitä verrattuna täyteen pistemäärään. Täysi pistemäärä tarkoittaa, että pankki olisi raportoinut kaikkien toimintaindikaattoreiden mukaisesti, jotka on valittu tutkimukseen.

#### **4.1.1 Taloudellisten toimintaindikaattoreiden noudattaminen raportoinnissa**

GRI on määritellyt yhdeksän taloudellista toimintaindikaattoria. Alla olevassa kuviossa (kuvio 10) on nähtävissä, kuinka tutkimuksen casepankit ovat noudattaneet näitä toimintaindikaattoreita vuoden 2011 yhteiskuntavastuuraporteissaan. Kaikki tutkimuksen neljä casepankkia raportoivat taloudellisten toimintaindikaattoreiden

suhteen yhtenevästi lisäarvon tuottamisesta, ilmastonmuutokseen liittyvistä taloudellisista tekijöistä sekä eläkesitoumusten kattavuudesta. Pankkien taloudellisten toimintaindikaattoreiden mukaisessa raportoinnissa on kuitenkin merkittäviä määrällisiä eroja. Nordea on raportoinut ainoastaan neljän indikaattorin mukaisesti. Muut pankit ovat raportoineet joko seitsemän tai kahdeksan eri taloudellisen toimintaindikaattorin mukaan. (kuvio 10)

<b>TALOUDELLISET TOIMINTAINDIKAATTORIT</b>	<b>H</b>	<b>N</b>	<b>D</b>	<b>T</b>
<b>Taloudellinen toiminta</b>				
EC1 Tuotettu ja jaettu suora taloudellinen lisäarvo				
EC2 Ilmastonmuutokseen liittyvät taloudelliset vaikutukset, riskit ja mahdollisuudet liittyen organisaation toimintaan				
EC3 Organisaation eläkesitoumusten kattavuus				
EC4 Valtiolta saadut merkittävät avustukset				
<b>Markkina-asema</b>				
EC5 Tavanomaisten alkupalkkojen ja paikallisen minimipalkan suhde organisaation keskeisissä toimipaikoissa				
EC6 Periaatteet ja käytännöt liittyen paikallisiin toimittajiin sekä paikallisten hankintojen osuus merkittävässä toimintapaikoissa				
EC7 Paikallista rekrytointia koskevat menettelytavat sekä paikallisyhteisöistä palkatun ylimmän johdon osuus organisaation merkittävässä toimipaikoissa				
<b>Välilliset taloudelliset vaikutukset</b>				
EC8 Vaikutus ja investoinnit yleisen paikallisen infrastruktuurin ja yleishyödyllisten palvelujen kehittämiseen				
EC9 Keskeiset epäsuorat taloudelliset vaikutukset ja niiden laajuus				
<b>Yhteensä (taloudelliset toimintaindikaattorit, max 9)</b>	<b>7</b> <b>/</b> <b>9</b>	<b>4</b> <b>/</b> <b>9</b>	<b>8</b> <b>/</b> <b>9</b>	<b>7</b> <b>/</b> <b>9</b>

Kuvio 10. Taloudellisten toimintaindikaattoreiden noudattaminen yhteiskuntavastuuraaportoinnissa



Casepankeilla on myös suhteellisen erilaiset näkemykset siitä, mitkä taloudelliset toimintaindikaattorit ovat oleellisia raportoitavia. Handelsbankenin mukaan indikaattorit EC5 ja EC6 ovat epäoleellisia, ja Nordean mukaan indikaattorit EC5, EC8 ja EC9 ovat epäoleellisia. Danske Bankin mielestä ainoastaan indikaattori EC8 on epäoleellinen, kun taas Tapiola Pankki pitää indikaattoreita EC4 ja EC5 epäoleellisina. Taloudellisista toimintaindikaattoreista ei ole kuitenkaan jätetty yhtään indikaattoria vertailun ulkopuolelle, sillä yksikään taloudellinen toimintaindikaattori ei ole sellainen, etteikö joku casepankeista olisi raportoinut siitä.

Tiettyjen indikaattoreiden epäoleelliseksi määrittäminen onkin hieman kyseenalaista. Esimerkiksi EC5-indikaattorin on määritellyt kolme casepankkia epäoleelliseksi, vaikka kyseessä on toimintaindikaattori, joka kuvaa yrityksen alkupalkkojen ja paikallisten minimipalkkojen välistä suhdetta. Tämän toimintaindikaattorin suhteen olisi jokaisella casepankilla ainakin tarvittava data saatavilla.

Taloudellisten toimintaindikaattoreiden käytön vertailu osoittaa siis suhteellisen merkittäviä poikkeamia casepankkien välillä. Vaikka indikaattoreiden määrä on suhteellisen pieni, on eri pankit hyödyntäneet raportoinnissaan eri indikaattoreita ja jättäneet toiset indikaattorit raportointinsa ulkopuolelle. Saman toimialan yritysten keskuudessa taloudellisten toimintaindikaattoreiden noudattamisessa ilmenneet erot ovatkin huomionarvoisia. Taloudellisten toimintaindikaattoreiden valinnassa sekä indikaattoreiden oleellisuuksien määrittelemisessä yritysten omilla intresseillä onkin siis saattanut olla merkitystä.

#### **4.1.2 Ympäristöindikaattoreiden noudattaminen raportoinnissa**

Ympäristöindikaattoreiden saralla vertailu tapahtuu 22 toimintaindikaattorin välillä. Kahdeksan ympäristöindikaattoria jätettiin vertailun ulkopuolelle, koska kaikki pankit pitivät näitä indikaattoreita epäoleellisina. Ainoastaan kuusi indikaattoria 30 ympäristöindikaattorista on sellaisia, ettei yksikään pankki pidä niitä epäoleellisina. Alla olevassa kuviossa (kuvio 11) on esitelty, miten pankit ovat noudattaneet ympäristöindikaattoreita yhteiskuntavastuuraportoinnissaan.

<b>YMPÄRISTÖINDIKAATTORIT</b>	<b>H</b>	<b>N</b>	<b>D</b>	<b>T</b>
<b>Materiaalit</b>				
EN1 Käytetyt materiaalit painon ja määrän mukaan				
EN2 Kierrätettyjen materiaalien suhteellinen osuus käytetystä materiaalista				
<b>Energia</b>				
EN3 Suora energiankulutus jaoteltuna primäärienergiälähteittäin				
EN4 Epäsuora energiankulutus jaoteltuna primäärienergiälähteittäin				
EN5 Säästötoimilla ja tehokkuutta parantamalla saavutettu energiansäästö				
EN6 Energiatehokkaat tai uusiutuviin energialähteisiin perustuvat tuotteet ja palvelut ja näiden vaikutus energiankäyttöön				
EN7 Toimenpiteet epäsuoran energiankulutuksen vähentämiseksi ja saavutetut säästöt				
<b>Vesi</b>				
EN8 Lähdekohtainen veden kokonaiskulutus				
EN9 Vesilähteet, joihin organisaation vedenotolla on merkittävä vaikutus				
EN10 Kierrätetyn ja uudelleenkäytetyn veden kokonaisvolyymi ja prosenttiosuus				
<b>Biodiversiteetti</b>				
EN11 Luonnonsuojelualueilla tai luonnon monimuotoisuuden kannalta rikkailla alueilla tai niiden läheisyydessä omistettujen, vuokrattujen ja hallintoitujen maa-alueiden sijainti ja koko				
EN12 Organisaation toiminnan, tuotteiden ja palvelujen vaikutus luonnon monimuotoisuuteen luonnonsuojelualueilla tai luonnon monimuotoisuuden kannalta rikkailla alueilla				
EN13 Suojellut ja kunnostetut elinympäristöt				
EN14 Strategiat, toimenpiteet ja tulevaisuuden suunnitelmat liittyen organisaation vaikutuksiin luonnon monimuotoisuuteen				

EN15 IUCN:n punaisella listalla tai kansallisilla suojeltavien lajien listoilla olevien lajien määrä organisaation vaikutuspiirissä olevilla alueilla jaoteltuna sukupuuttoon kuolemisriskin mukaan				
<b>Päästöt ilmaan, jätevedet ja jätteet</b>				
EN16 Suorat ja epäsuorat kokonaiskasvihuonekaasupäästöt painon mukaan				
EN17 Muut merkittävät epäsuorat kasvihuonepäästöt painon mukaan				
EN18 Aloitteet kasvihuonekaasupäästöjen vähentämiseksi ja saavutetut vähenn				
EN19 Otsonikatoa aiheuttavien aineiden päästöt painon mukaan				
EN20 Typen oksidien (NOx), rikkidioksidien (Sox) päästöt sekä muut merkittävät päästöt ilmaan jaoteltuna päästölajeittain painon mukaan				
EN21 Päästöt vesistöön jaoteltuna päästölajeittain ja kohteen mukaan				
EN22 Jätteiden kokonaismäärä jaoteltuna jätelajeittain ja käsittelyn mukaisesti				
EN23 Merkittävien kemikaali-, öljy-, ja polttoainevuotojen määrä ja suuruus				
EN24 Kuljetetun, maahan tuodun, maasta viedyn tai käsitellyn ongelmajätteen (kuten määritelty Baselin sopimusasiakirjan liitteissä I, II, III ja VIII) määrä sekä kansainvälisesti kuljetetun ongelmajätteen prosenttiosuus				
EN25 Vesistöt ja niiden yhteydessä olevat elinympäristöt, joihin organisaation vesipäästöillä ja valumilla on merkittävä vaikutus (koko, suojeluaste ja biodiversiteettiarvo)				
<b>Tuotteet ja palvelut</b>				
EN26 Toimenpiteet tuotteiden ja palvelujen ympäristövaikutusten vähentämiseksi sekä toimenpiteiden vaikutusten laajuus				
EN27 Uudelleen käyttöön tai kierrätykseen otettujen tuotteiden ja pakkausmateriaalien suhteellinen osuus myydyistä tuotteista tuoteryhmittäin				

<b>Määräystenmukaisuus</b>				
EN28 Merkittävien ympäristölainsäädännön ja -säännösten rikkomiseen liittyvien sakkojen rahallinen määrä sekä ei-rahallisten sanktioiden lukumäärä				
<b>Kuljetukset</b>				
EN29 Tuotteiden ja materiaalien kuljetuksesta sekä työmatkoista aiheutuneet merkittävät ympäristövaikutukset				
<b>Yleiset</b>				
EN30 Ympäristönsuojelun kokonaiskustannukset ja investoinnit tyypeittäin				
	7,5 /	8 /	18 /	14 /
<b>Yhteensä (Ympäristöindikaattorit)</b>	<b>22</b>	<b>22</b>	<b>22</b>	<b>22</b>

Kuvio 11. Ympäristöindikaattoreiden noudattaminen yhteiskuntavastuuraportoinnissa

Ympäristöindikaattoreiden mukaisessa raportoinnissa on suuria eroja casepankkien välillä. Kattavimmin ympäristöindikaattoreista on raportoinut Danske Bank, joka on raportoinut 20 ympäristöindikaattorista kokonaan tai osittain saaden vertailussa pisteitä 18/22. Handelsbankken ja Nordea saavat pisteitä vain 7,5/22 ja 8/22. Tapiola Pankki on raportoinut 14 ympäristöindikaattorin mukaisesti.

Pankkien epäoleelliseksi määrittämissä ympäristöindikaattoreissa on myös merkittäviä eroja. Handelsbanken on määritellyt kaiken kaikkiaan 20 indikaattoria 30 ympäristöindikaattorista pankin kannalta epäoleelliseksi. Vertailuarvoa tälle tulokselle antaa Danske Bank, joka on määrittänyt ainoastaan yhdeksän ympäristöindikaattoria epäoleelliseksi sen pankkitoiminnan kannalta.

Ympäristöindikaattoreiden kohdalla osa indikaattoreista, kuten EN23 ja EN24, jotka koskevat kemikaalivuotojen tai ongelmajätteiden määrää, on selkeästi määriteltävissä pankkisektorin raportoinnin ulkopuolelle. Ympäristöindikaattoreiden suhteen on kuitenkin huomionarvioista se, että yhdestäkään ympäristöindikaattorista pankit eivät ole raportoineet samalla tavalla, pois lukien ympäristöindikaattorit, jotka kaikki määrittivät epäoleelliseksi. Kaiken kaikkiaan ympäristöindikaattoreiden oleellisuuden

määrittelemisessä sekä ympäristöindikaattoreiden mukaisessa raportoinnissa on suuria eroja casepankkien välillä.

#### 4.1.3 Sosiaalisten toimintaindikaattoreiden noudattaminen raportoinnissa

Sosiaalisten toimintaindikaattoreiden noudattamista yhteiskuntavastuuraportoinnissa vertaillaan yhteensä 36 eri toimintaindikaattorin avulla. Sosiaalisia toimintaindikaattoreita onkin eniten määrällisesti tutkimuksen tarkastelutoimintaindikaattoreista. Neljä sosiaalista toimintaindikaattoria jätettiin vertailun ulkopuolelle, koska kaikki pankit pitivät näitä toimintaindikaattoreita epäoleellisina. Alla olevassa kuviossa (kuvio 12) on esitelty vertailu pankkien sosiaalisten toimintaindikaattoreiden noudattamisesta yhteiskuntavastuuraportoinnissa.

<b>SOSIAALISET TOIMINTAINDIKAATTORIT</b>	<b>H</b>	<b>N</b>	<b>D</b>	<b>T</b>
<b>Työllistäminen</b>				
LA1 Henkilöstö jaoteltuna työsuhteen (kokoaikainen/ osa-aikainen) ja työsopimuksen (vakituinen/ määräaikainen) mukaan sekä toiminta-alueittain				
LA2 Henkilöstön vaihtuvuuden kokonaismäärä ja prosenttiosuus jaoteltuna ikäryhmittäin, sukupuolen mukaan ja toiminta-alueittain				
LA3 Kokoaikaisille työntekijöille tarjotut edut, joita ei ole tarjottu määräaikaisille tai osa-aikaisille (keskeisten toimintojen osalta)				
<b>Henkilöstön ja johdon väliset suhteet</b>				
LA4 Kollektiivisesti neuvoteltujen työehtosopimuksen piirissä olevien työntekijöiden prosenttiosuus				
LA5 Uudelleenjärjestelytilanteissa noudatettava vähimmäis-irtisanomisaika ja sen sisältyminen kollektiivisiin työehtosopimuksiin				
<b>Työterveys ja -turvallisuus</b>				
LA6 Osuus kokonaistyövoimasta, joka on edustettuna virallisissa henkilöstön ja johdon yhteisissä työterveyttä ja -turvallisuutta valvovissa ja neuvoa-antavissa toimikunnissa				

LA7 Tapaturmat, ammattitaudit, menetetyt työpäivät, poissaolot ja työhön liittyvät kuolemantapaukset toiminta-alueittain				
LA8 Organisaation työntekijöille, heidän perheelleen tai paikallisyhteisön jäsenille suunnatut koulutus-, harjoittelu-, opastus-, ennaltaehkäisy- ja riskinhallintaohjelmat vakavien sairauksien varalta				
LA9 Ammattiliittojen kanssa solmittujen sopimusten sisältämät terveys- ja turvallisuusteemat				
<b>Koulutus</b>				
LA10 Keskimääräiset koulutustunnit vuodessa henkilöä kohden jaoteltuna henkilöstöryhmittäin				
LA11 Koulutukseen ja elinikäiseen oppimiseen liittyvät ohjelmat, jotka tukevat henkilöstön jatkuvaa työllisyyttä ja antavat tukea työsuhteen päättymistilanteissa				
LA12 Säännöllisten suoritusarviointien ja kehityskeskustelujen piirissä olevan henkilöstön osuus				
<b>Monimuotoisuus ja tasavertaiset mahdollisuudet</b>				
LA13 Organisaation hallintoelinten ja henkilöstöryhmien koostumus jaoteltuna sukupuolen, ikäryhmän, vähemmistöryhmän ja muiden monimuotoisuuteen liittyvien tunnuslukujen mukaisesti				
LA14 Naisten ja miesten peruspalkkojen suhde henkilöstöryhmittäin				
<b>Investointi- ja hankintakäytännöt</b>				
HR1 Niiden merkittävien investointisopimusten prosenttiosuusosuus ja lukumäärä, jotka sisältävät ihmisoikeuksiin liittyviä ehtoja tai joiden yhteydessä on tehty ihmisoikeusarviointi				
HR2 Niiden merkittävien alihankkijoiden ja toimittajien prosenttiosuus, joiden osalta on tehty ihmisoikeusarviointi, sekä tästä seuranneet toimenpiteet				
HR3 Henkilöstölle tarjotun ihmisoikeuskoulutuksen kokonaistuntimäärä ja koulutukseen osallistuneiden työntekijöiden prosentuaalinen määrä				
<b>Syrjinnän kieltö</b>				
HR4 Syrjintätapausten lukumäärä ja niihin liittyvät toimenpiteet				

<b>Yhdistymisen vapaus ja työehtosopimusoikeudet</b>				
HR5 Toiminnot, joissa yhdistymisen vapaus ja oikeus työehtosopimusneuvotteluihin on vaarassa olla toteutumatta, ja näiden oikeuksien tukemiseksi toteutetut toimenpiteet				
<b>Lapsityövoima</b>				
HR6 Toiminnot, joissa on merkittävä lapsityövoiman käytön riski, ja lapsityövoiman käytön estämiseksi toteutetut toimenpiteet				
<b>Pakkotyö</b>				
HR7 Toiminnot, joissa on merkittävä pakko- ja rangaistustyövoiman käytön riski, ja pakko- ja rangaistustyövoiman käytön estämiseksi toteutetut toimenpiteet				
<b>Turvallisuus käytännöt</b>				
HR8 Prosenttiosuus turvahenkilökunnasta, joka on saanut koulutusta organisaation ihmisoikeuspolitiikkoihin ja -toimintakäytäntöihin liittyen				
<b>Alkuperäiskansojen oikeudet</b>				
HR9 Alkuperäiskansojen oikeuksien rikkomukset ja niihin liittyvät toimenpiteet				
<b>Yhteisöt</b>				
SO1 Paikallisyhteisöihin kohdistuvien vaikutusten arviointiin ja hallintaan liittyvien ohjelmien luonne, kattavuus ja tehokkuus				
<b>Lahjonta</b>				
SO2 Lahjontaan liittyvien riskianalyysien läpikäyneiden liiketoimintayksiköiden prosenttiosuus ja lukumäärä				
SO3 Prosenttiosuus henkilöstöstä, joka on saanut koulutusta organisaation lahjonnan vastaiseen toimintaan liittyviin politiikkoihin ja toimintakäytäntöihin				
SO4 Lahjontatapauksiin liittyvät toimenpiteet				
<b>Poliittinen vaikuttaminen</b>				
SO5 Organisaation julkiset poliittiset kannanotot sekä osallistuminen poliittiseen vaikuttamiseen ja lobbaukseen				

SO6 Poliittisille puolueille, poliitikoille ja poliittisille instituutioille annettujen raha- ja muiden lahjoitusten arvo jaoteltuna maittain				
<b>Kilpailun rajoitukset</b>				
SO7 Kilpailuoikeudellisten säännösten rikkomiseen, kartelleihin ja määräävän markkina-aseman väärinkäyttöön liittyvien oikeustoimien lukumäärä ja oikeuden päätökset				
<b>Määräystenmukaisuus</b>				
SO8 Merkittävien lainsäädännön ja säännösten rikkomiseen liittyvien sakkojen rahallinen määrä sekä ei-rahallisten sanktioiden lkm				
<b>Asiakkaiden terveys ja turvallisuus</b>				
PR1 Elinkaaren vaiheet, joissa tuotteiden ja palveluiden terveys- ja turvallisuusvaikutuksia arvioidaan, sekä näiden arviointien piirissä olevien merkittävien tuotteiden ja palvelukokonaisuuksien prosenttiosuus				
PR2 Tuotteiden elinkaarenaikaisiin terveys- ja turvallisuusvaikutuksiin liittyvien määräysten ja vapaaehtoisten periaatteiden rikkomusten lukumäärä jaoteltuna päätösten mukaan				
<b>Tuote- ja palvelutiedot</b>				
PR3 Tuotteisiin ja palveluihin liittyvä pakollinen informaatio sekä merkittävien tuotteiden ja palveluiden prosenttiosuus, joita nämä vaatimukset koskevat				
PR4 Tuoteinformaatioon ja -merkintöihin liittyvien määräysten ja vapaaehtoisten periaatteiden rikkomusten lukumäärä jaoteltuna päätöksen mukaan				
PR5 Asiakastyytyväisyyteen liittyvät toimintakäytännöt mukaan lukien asiakastyytyväisyyskyselyiden tulokset				
<b>Markkinointiviestintä</b>				
PR6 Markkinointiviestinnän ( mukaan lukien mainonta, myynnin edistäminen ja sponsorointi) lainmukaisuuden sekä standardien ja vapaaehtoisten periaatteiden täyttymisen varmistamiseen liittyvät ohjelmat				
PR7 Markkinointiviestintään, mainontaan ja sponsorointiin liittyvien määräysten ja vapaaehtoisten periaatteiden rikkomusten lukumäärä jaoteltuna päätösten mukaan				



<b>Asiakkaiden yksityisyyden suoja</b>				
PR8 Asiakkaiden yksityisyyden suojan rikkomiseen ja asiakastietojen häviämiseen liittyvät pätevät valitukset				
<b>Määräystenmukaisuus</b>				
PR9 Merkittävien tuotteiden ja palveluiden käyttöön liittyvän lainsäädännön ja -säännösten rikkomisesta aiheutuneiden sakkojen rahallinen määrä				
	15,5	17	20	25
	/	/	/	/
<b>Yhteensä (sosiaaliset toimintaindikaattorit)</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>36</b>

Kuvio 12. Sosiaalisten toimintaindikaattoreiden noudattaminen yhteiskuntavastuuraportoinnissa

Myös sosiaalisten toimintaindikaattoreiden mukaisessa yhteiskuntavastuuraportoinnissa havaittiin suhteellisen selkeitä eroja casepankkien välillä. Kattavimmin sosiaalisten toimintaindikaattoreiden mukaisesti on raportoinut Tapiola Pankki, joka sai vertailussa pisteitä 25/36. Danske Bank sai vertailussa 20/36 ja Nordea 17/36 pistettä. Handelsbanken raportoi vähiten kattavasti sosiaalisten toimintaindikaattoreiden saralla saaden pisteitä 15/36.

Toimintaindikaattoreiden oleellisuuden määrittelyssä oli myös sosiaalisten toimintaindikaattoreiden suhteen eroja pankkien välillä. Esimerkiksi Handelsbanken määritteli GRI:n 40 sosiaalisesta toimintaindikaattorista 19 epäoleellisiksi, kun Danske Bank määritteli vain kuusi sosiaalista toimintaindikaattoria epäoleellisiksi. Yleisesti tutkimuksen casepankit määrittivät joitakin samoja sosiaalisia toimintaindikaattoreita epäoleellisiksi, mutta tälläkin saralla eroja löytyi myös paljon.

#### 4.1.4 Finanssialan toimialakohtaisten lisäindikaattoreiden noudattaminen raportoinnissa

Finanssialan toimialakohtaisten lisäindikaattoreiden noudattamista raportoinnissa vertaillaan yhteensä 16 eri toimintaindikaattorin avulla. Tutkimuksen casepankit eivät olleet määritelleet yhtään finanssialan toimialakohtaista lisäindikaattoria epäoleelliseksi,

joten tarkastelu tapahtuu kaikkien 16 toimintaindikaattorin kanssa. GRI:n teemat finanssialan lisäindikaattoreille ovat tuoteportfolio, tarkastus, aktiivinen omistajuus, yhteisö sekä tuotteiden ja palvelujen nimeäminen. Alla olevassa kuviossa (kuvio 13) on nähtävissä finanssialan toimialakohtaisten lisäindikaattorien mukaisen yhteiskuntavastuuraportoinnin vertailu.

FINANSSIALAN LISÄINDIKAATTORIT	TOIMIALAKOHTAISET	H	N	D	T
<b>Tuoteportfolio</b>					
FS1 Politiikat, joissa liiketoimintaan soveltuvia ympäristö- ja sosiaalisia linjauksia					
FS2 Toimenpiteet sosiaalisten ja ympäristöriskien arvioimiseksi ja seulomiseksi liiketoiminta-alueittain					
FS3 Prosessit, jotka monitoroivat asiakkaiden sosiaalisten ja ympäristösitoumuksien toteutumista sekä noudattamista					
FS4 Prosessit henkilökunnan pätevyyden parantamiseksi yhtiön valitseman ympäristö- ja sosiaalipolitiikan sekä toimintatapojen toteuttamisessa liiketoiminta-alueittain					
FS5 Vuorovaikutus asiakkaiden/ sijoittajien/ liiketoimintakumppaneiden koskien sosiaalisia sekä ympäristöriskejä ja -uhkia					
FS6 Asiakasportfolion rakenne liiketoiminta-alueittain jaoteltuna asiakkaiden alueen, koon ja liiketoimintasektorin mukaan					
FS7 Tuotteet ja palvelut, joilla erityistä sosiaalista hyötyä					
FS8 Erityisten ympäristötuotteiden ja -palvelujen kokonaisarvo					
<b>Tarkastus</b>					
FS9 Tarkastusten, jotka arvioivat ympäristö- ja sosiaalipolitiikan ja riskienhallintatoimenpiteiden toteutumista, kattavuus ja frekvenssi					
<b>Aktiivinen omistajuus</b>					
FS 10 Vuorovaikutus ympäristö- tai sosiaalisissa kysymyksissä arvopaperisalkkuun kuuluvien yritysten kanssa					
FS11 Omaisuuserien arviointi ympäristö- tai sosiaalisesta näkökulmasta					

FS12 Äänestyspolitiikka ympäristö- sekä sosiaaliasioissa koskien osakkeita, jotka antavat raportointiorganisaatiolla äänestys oikeuden tai oikeuden neuvoa äänestämisessä				
<b>Yhteisö</b>				
FS13 Finanssipalvelujen saatavuus haja-asutusalueilla				
FS14 Pankkipalvelujen saatavuus				
<b>Tuotteiden ja palvelujen nimeäminen</b>				
FS15 Vastuullisuus finanssipalvelujen kehittämisessä ja myynnissä				
FS16 Aloitteet finanssilukutaidon parantamiseksi				
	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>9</b>
	<b>/</b>	<b>/</b>	<b>/</b>	<b>/</b>
<b>Yhteensä (finanssialan toimialakohtaiset lisäindikaattorit)</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>16</b>

Kuvio 13. Finanssialan toimialakohtaisten toimintaindikaattoreiden noudattaminen yhteiskuntavastuuraportoinnissa

Finanssialan toimialakohtaisten lisäindikaattoreiden suhteen casepankkien yhteiskuntavastuuraportointi oli suhteellisen samalla tasolla. Danske Bank sai vertailussa pisteitä 11/16, Nordea 10/16 ja Handelsbanken sekä Tapiola Pankki 9/16. Tämä tulos voidaan nähdä melko matalana, sillä kyseessä on toimialakohtaiset indikaattorit, jotka on luotu juuri finanssialan yrityksiä varten. Lisäksi ainoastaan kaksi lisäindikaattoria oli sellaisia, joita kaikki casepankit olivat noudattaneet täysin yhteiskuntavastuuraportissaan.

## 4.2 Tutkimuspankeille tehty teemahaastattelut

Tutkimuksen tässä alaluvussa käydään läpi teemoittain tutkimuksen tarkastelupankkien haastatteluvastaukset. Tutkimuksen haastattelut toteutettiin teemahaastatteluina, joissa teemoina olivat yhteiskuntavastuu ja yhteiskuntavastuuraportointi, yhteiskuntavastuuraporttien sisältö, GRI:n luomat toimintaindikaattorit ja yhteiskuntavastuuraportointi sekä sidosryhmät ja yhteiskuntavastuuraportointi. Pankkien haastatellut asiantuntijat

esiteltiin jo tutkimuksen luvussa kolme. Haastattelujen tarkoituksena oli kartoittaa yhteiskuntavastuuraportoinnin taustalla vaikuttavia tekijöitä.

#### **4.2.1 Yhteiskuntavastuuraportointiin vaikuttavia tekijöitä**

Pankkien yhteiskuntavastuuraportoinnin motivaattoreina ilmenivät läpinäkyvyys, tavoitteiden toteutumisen seuranta ja sidosryhmien tiedottaminen. Esimerkiksi Danske Bankin edustaja uskoi raportoinnin edesauttavan toiminnan läpinäkyvyyttä, sekä piti yhteiskuntavastuuraportointia hyvänä keinona seurata tavoitteidensa toteutumista. Danske Bankin edustajan mukaan casepankki haluaa avoimesti näyttää tekonsa, saavutuksensa ja myös haasteensa yhteiskuntavastuun saralla muulle yhteiskunnalle. Handelsbankenilla, Nordealla sekä Tapiola Pankilla oleelliseksi tekijäksi nousi puolestaan sidosryhmien tiedottaminen yrityksen toiminnasta ja vastuullisuudesta. Imagon kehittämisen merkityksestä yhteiskuntavastuuraportoinnissa casepankkien edustajille oli hieman erilaisia näkemyksiä. Danske Bankin ja Nordean edustajien mukaan brändin kehittyminen ja yhteiskuntavastuullisuus tai yhteiskuntavastuuraportointi ovat kytköksissä. Handelsbankenin ja Tapiola Pankin edustajat eivät puolestaan nähneet imagon kehittämistä oleellisena tekijänä yhteiskuntavastuuraportoinnin taustalla. Handelsbankenin edustajan mukaan yhteiskuntavastuuraportti ei yhtenä yksittäisenä tiedon lähteenä paranna yrityksen yrityskuvaa. Tapiola Pankin edustajan mukaan yhteiskuntavastuuraportointi ei ole markkinointia, vaan perustuu puhtaasti yrityksen tekoihin.

Casepankkien edustajat perustelivat GRI-ohjeiston valintaa raportoinnin ohjenuoraksi mm. vertailukelpoisuudella sekä ohjeiston kansainvälisellä tunnettavuudella. Haastatteluvastauksien mukaan GRI-ohjeistoa pidettiin standardisoituna ohjeistona, joka on hyödyllinen mm. sijoittajille sijoittajien verratessa eri yrityksiä keskenään. Vertailukelpoisuus nousi esille kaikkien casepankkien edustajien haastatteluissa. GRI:n nähtiin tarjoavan mahdollisuus verrata saman toimialan tai alueen yrityksiä keskenään. Lisäksi arvostettiin sitä, että GRI-ohjeisto on maailmanlaajuisesti tunnettu ohjeisto.

Yhteiskuntavastuuraporttien sisällöllisistä valinnoista casepankeilla oli hieman erilaisia näkemyksiä. Syitä, miksi tietyt asiat tai teemat oli valittu raportoitavaksi yhteis-

kuntavastuuraportissa, olivat mm. ohjausdokumentit ja -periaatteet, ajankohtaiset asiat ja haasteet, sekä sidosryhmät. Danske Bank valitsi yhteiskuntavastuuraporttiinsa sellaisia asioita ja haasteita, joiden kanssa pankki on työskennellyt vuoden 2011 aikana. Handelsbankenin asiantuntija mainitsi puolestaan mm. sisäiset ohjausdokumentit ja periaatteet tekijöiksi, jotka vaikuttavat valintoihin siitä, mitä raportoidaan. Nordean edustajan mukaan pankin yhteiskuntavastuuraportoinnin prosessi alkaa sidosryhmä-analyysillä, jonka perusteella selvitetään, mitkä asiat ovat oleellista sidosryhmille. Tapiola Pankin edustajan mukaan pankki raportoi niistä asioista, jotka ovat merkittäviä pankin tai sen sidosryhmien näkökulmasta.

Tutkimuksen casepankit olivat yksimielisempiä siitä, millaiset asiat jäävät yhteiskuntavastuuraporttien ulkopuolelle, kuin mistä asioista raportoidaan. Epäoleellisuus yritystoiminnan, toimialan tai sidosryhmien kannalta oli se tekijä, millä perusteltiin asioiden jättämistä yhteiskuntavastuuraportoinnin ulkopuolelle. Handelsbankenin asiantuntija mainitsi pankkitoiminnan rajalliset ympäristövaikutukset perusteluna joidenkin ympäristöasioiden epäoleellisiksi määrittelemiselle. Danske Bankin edustajan mainitsi myös yhteiskuntavastuullisen toimintansa laajuuden syyksi sille, että jotkut asiat jäävät yhteiskuntavastuuraportoinnin ulkopuolelle. Casepankin edustajan mukaan pankki on sitoutunut noudattamaan niin monia aloitteita ja ohjelmia, ettei se voi yhteiskuntavastuuraportissaan raportoida ihan kaikesta yhteiskuntavastuullisesta toiminnastaan.

Casepankkien edustajien lausunnoista nousi esille avoimuuden merkitys, kun casepankkien edustajilta kysyttiin yritysten kannalta ikävien asioiden raportoinnista. Hyvä tasapaino positiivisen ja negatiivisen sisällön välillä oli yksi tekijä, mikä nousi esille casepankkien haastatteluissa. Myös vaikeiden asioiden kohtaaminen ja myös epäonnistuneista tavoitteista raportointi mainittiin casepankkien haastatteluissa. Haastatteluvastausten mukaan sidosryhmille pyritään tarjoamaan avoin ja oikea kuva siitä, missä yritykset ovat onnistuneet ja missä eivät.

Tutkimuksen casepankit ovat kaikki määritelleet itse omille yhteiskuntavastuuraportteilleen eri raportointitason. Casepankeilla on omat motiivinsa oman raportointitasonsa valinnan takana. Danske Bank raportoi yhteiskuntavastuustaan

raportointitasolla B, ja se on itse varmentanut raporttinsa. Handelsbankenin käyttämä raportointitaso C+ vastaa pankin asiantuntijan mukaan tärkeimpiin kestävä kehityksen kysymyksiin. Nordea on valinnut raportointitason B+. Nordean edustajan mukaan indikaattorien vaatiman datan keräämisen haasteellisuus vaikuttaa valittuun tasoon. Tapiola Pankilla ja Lähi-Tapiola-ryhmällä on halu raportoida yhteiskuntavastuustaan laajasti. Tästä johtuen on valittu raportoinnin A-taso.

Yhteiskuntavastuuraporttien ulkoinen varmennus nähtiin yleisesti hyvänä asiana, mutta sitä ei aina pidetty tarpeellisenä. Danske Bankin edustajan mukaan raporttien varmentaminen on tärkeää, mutta vaikka yhteiskuntavastuuraporttia ei olisikaan ulkoisesti varmennettu, niin yritys on silti vastuussa raportin sisällöstä yleisölle. Handelsbankenin vuoden 2011 yhteiskuntavastuuraportin on tarkastanut ulkoinen tilintarkastaja KPMG. Edustajan mielestä tarkastus lisää raportin luotettavuutta. Nordean edustaja pitää raporttien ulkoista verifiointia erittäin tärkeänä. Esitettyjen tietojen oikeellisuus on hyvin tärkeää, ja ulkoinen verifiointi takaa omalta osaltaan tiedon oikeellisuuden ja laadun. Tapiola Pankki näkee ulkoisen varmennuksen hyvänä asiana silloin, kun yhteiskuntavastuuraportointia aloitetaan. Tapiola Pankki on raportoinut yhteiskuntavastuustaan jo niin pitkään, ettei ulkoista varmennusta koeta enää niin oleelliseksi.

GRI:n toimintaindikaattorit nähtiin casepankkien keskuudessa suhteellisen kattavina, mutta niiden mukaan raportoinnissa nähtiin myös omat haasteensa. Haastatteluvastauksista kävi mm. ilmi, että yhteiskuntavastuuraportointia standardisoitujen indikaattoreiden mukaan pidettiin hyvin haastavana, sillä yritykset ovat erilaisia. Vertailun kannalta toimintaindikaattorit nähtiin puolestaan hyvinä. Handelsbankenin edustajan mukaan GRI-ohjeisto on kaiken kaikkiaan hyvin kattava, mutta hyvin yksityiskohtainen. Tapiola Pankille ongelmia tuotti puolestaan riittävien tunnuslukujen saaminen raportointia varten.

GRI:n toimintaindikaattoreiden määrällinen jako teemoittain, jotka ovat sosiaalinen, taloudellinen ja ympäristövastuu, nähtiin vaihtelevan onnistuneena. Danske Bankin edustajan mukaan GRI:n toimintaindikaattorien jako määrällisesti eri määrään taloudellisia, sosiaalisia sekä ympäristöindikaattoreita on tasapainoinen. Lisäksi jako kehittyi, kun tarvetta tälle esiintyi. Nordean mielestä määrällinen jako ei ole

onnistunut, mutta finanssialan toimialakohtaiset lisäindikaattorit korjaavat vähän tilannetta. Tapiola Pankin edustajan mukaan jako on kansainvälisestä perspektiivistä onnistunut.

Toimintaindikaattorin oleellisuuden määrittelyssä tiedon saatavuus ja sidosryhmät olivat merkittäviä tekijöitä. Danske Bankin edustajan mukaan pankki raportoi kaikkien niiden toimintaindikaattoreiden mukaisesti, joista sillä on rekisteröityä tietoa. Tämä määrittää sen, mitkä toimintaindikaattorit määritetään epäoleellisiksi. Nordean asiantuntijan mukaan pankki määrittelee oleelliset toimintaindikaattorit sidosryhmäanalyysin sekä sisäisten keskustelujen perusteella. Tapiola Pankin edustajan mukaan ne toimintaindikaattorit ovat oleellisia, joilla on vaikutusta pankin tärkeimpiin sidosryhmiin. Toimialan merkitys on huomattava tässä asiassa.

Toimintaindikaattorin mukaan täysin tai osittaiseen raportointiin vaikutti mm. saatavilla olevan informaation määrä. Danske Bankin edustajan mukaan informaation määrä vaikuttaa myös siihen, raportoidaanko tietyn toimintaindikaattorin mukaan täysin vai vain osittain. Nordea käyttää verifioijaa apuna määritellessään, onko toimintaindikaattorin mukaan raportoitu täysin vai osittain. Tapiola Pankki ilmoittaa GRI-indeksissään ainoastaan siten, että toimintaindikaattorista on joko raportoitu kokonaan tai sitten ei. Pankin edustajan mukaan ne toimintaindikaattorit, jotka on ilmoitettu kokonaan raportoiduksi GRI-indeksissä, on myös käytännössä suurella varmuudella raportoitu kokonaisuudessaan. Joidenkin indikaattoreiden mukaan ei pystytty raportoimaan tiedon puutteen vuoksi.

#### **4.2.2 Yhteiskuntavastuuraportointi ja sidosryhmät**

Casepankit suuntasivat yhteiskuntavastuuraporttinsa monille samoille sidosryhmille, mutta myös eroavaisuuksia oli. Tällaisia sidosryhmiä olivat asiakkaat, sijoittajat, työntekijät, muu yhteiskunta. Myös osakkeenomistajat, viranomaiset, analyytikot, kansalaisjärjestöt, opiskelijat, yhteistyökumppanit, media sekä hallinto mainittiin sidosryhminä, joille yhteiskuntavastuuraportit suunnataan. Tapiola Pankin edustajan mukaan omistaja-asiakkaat oli varsinkin aikaisemmin tärkein yhteiskuntavastuuraportoinnin sidosryhmä casepankille.

Casepankkien edustajien mukaan yhteiskuntavastuuraporttien lisäarvo sidosryhmille on sidosryhmien kasvanut tietämys casepankkien toiminnasta. Danske Bankin sidosryhmien saama lisäarvo pankin yhteiskuntavastuuraportoinnista on pankin edustajan mukaan siinä, että sidosryhmät saavat käsityksen siitä, kuinka pankki hoitaa prosessejaan, ja kuinka pankki hoitaa yhteiskuntavastuutaan. Yhteiskuntavastuuraportti tarjoaa Handelsbankenin edustajan mukaan eri sidosryhmille eri informaatiota, sillä sidosryhmät ovat kiinnostuneita eri asioista. Nordean edustajan mukaan sidosryhmät näkevät yhteiskuntavastuureporteista sen, mitä Nordea vaatii itseltään, ja kuinka pankki hoitaa yritystoimintaansa. Tapiola Pankin edustajan mukaan yhteiskuntavastuuraportoinnin avulla sidosryhmät saavat kuvan siitä, millainen yritys Tapiola Pankki on ja miten yrityksen sisällä toimitaan.

Sidosryhmien mielipiteet casepankkien raportoinnista olivat hieman erilaisia eri casepankkien parissa. Danske Bankin edustaja uskoi henkilökohtaisesti, että suurin osa sidosryhmistä arvostaa yhteiskuntavastuuraportointia, mutta ei uskonut, että hirveän moni todella lukee yhteiskuntavastuuraportteja. Handelsbankenin edustajan mukaan yhteiskuntavastuuraportointi on Suomessa vielä niin uusi asia, että sidosryhmiltä on hyvin vähän mielipiteitä siitä. Nordean asiantuntijan mukaan sidosryhmiltä on saatu paljon positiivista palautetta, ja mm. työntekijät, osakkeenomistajat sekä isot asiakkaat ovat ilmaisseet tyytyväisyytensä pankin yhteiskuntavastuuraportointiin. Tapiola Pankin edustajan mukaan sidosryhmät ovat pitäneet vastuuraportointia hyvänä asiana. Sidosryhmät saavat yhteiskuntavastuuraportoinnin avulla kuvan pankin toiminnasta ja siitä, missä projekteissa pankki on mukana.

Casepankkien edustajien mukaan kommunikointi eri sidosryhmien kanssa tuo sisältöä pankkien yhteiskuntavastuuraportteihin. Danske Bank toimii pankin edustajan mukaan jatkuvassa yhteistyössä sidosryhmiensä kanssa. Tämän yhteistyön avulla syntyy pohja yhteiskuntavastuuraporttien sisällölle. Sidosryhmien osallisuudesta yhteiskuntavastuuraportointiin Handelsbankenin edustaja kommentoi, että keskustelua sidosryhmien kanssa käydään päivittäin. Nordean asiantuntijan mukaan sidosryhmien kanssa järjestetään sidosryhmätapaamisia ja haastatteluja, joissa sidosryhmiltä kysytään kysymyksiä, jotka käsittelevät pankin vastuullista toimintaa. Nordea tekee myös joka vuosi asiakastyytyväisyyskyselyn ja henkilöstölle sisäistä ilmanpiiriä käsittelevän kyselyn. Tapiola Pankin edustajan mukaan sidosryhmien kanssa on tehty yhteistyötä



vastuuraporttien laatimisessa. Sidosryhmistä sekä asiakkaat että henkilöstö ovat olleet mukana. Näiltä sidosryhmiltä ollaan saatu sisältöä yhteiskuntavastuuraportteihin.

### 4.3 Tutkimuksen keskeiset tulokset

Tämän tutkimuksen tavoitteena oli tutkia yritysten GRI-ohjeiston mukaisen yhteiskuntavastuuraportoinnin kattavuutta suomalaisella pankkisektorilla. Tämä tapahtui vertailemalla casepankkien vuoden 2011 GRI-indeksejä, joissa pankit ilmoittivat, miten ne ovat noudattaneet GRI:n toimintaindikaattoreita yhteiskuntavastuuraportoinnissaan. Tämän lisäksi tavoitteena oli kartoittaa yhteiskuntavastuuraportoinnin taustalla vaikuttavia tekijöitä. Esimerkiksi sidosryhmät sekä osallistuivat yhteiskuntavastuuraporttien laadintaan että olivat yhteiskuntavastuuraportoinnin kohderyhmä.

Alla olevassa kuviossa (kuvio 15) on esitetty yhteenveto tutkimuksen empirian ensimmäisen osan tuloksista. Empirian ensimmäisen osan tavoitteena oli vertailla GRI-ohjeiston mukaisen yhteiskuntavastuuraportoinnin kattavuutta. GRI:n luomien toimintaindikaattoreiden noudattaminen vuoden 2011 yhteiskuntavastuuraportoinnissa toimi mittarina. Casepankit jakautuvat selkeästi kahteen ryhmään yhteiskuntavastuuraportoinnin kattavuuden suhteen. Tapiola Pankki ja Danske Bank raportoivat huomattavasti kattavammin yhteiskuntavastuustaan kuin Handelsbanken ja Nordea GRI:n toimintaindikaattoreiden toimiessa mittarina. Tapiola Pankki ja Danske Bank raportoivat yhteiskuntavastuustaan noudattaen lähes 70 % tutkimuksen toimintaindikaattoreista. Handelsbanken ja Nordea noudattivat yhteiskuntavastuuraportoinnissaan vain noin 47 % tutkimuksen toimintaindikaattoreista.

	<b>Handels-banken</b>	<b>Nordea</b>	<b>Danske Bank</b>	<b>Tapiola Pankki</b>
Taloudelliset toimintaindikaattorit	7/9	4/9	8/9	7/9
Ympäristöindikaattorit	7,5/22	8/22	18/22	14/22
Sosiaaliset toimintaindikaattorit	15,5/36	17/36	20/36	25/36
Finanssialan toimialakohtaiset lisäindikaattorit	9/16	10/16	11/16	9/16
<b>Yhteensä</b>	<b>39/83</b>	<b>39/83</b>	<b>57/83</b>	<b>55/83</b>

KUVIO 15. Yhteenveto toimintaindikaattoreiden noudattamisesta yhteiskuntavastuuraportoinnissa

Tutkimuksen empirian ensimmäisen osan vertailussa ilmeni myös muita merkittäviä tuloksia. Casepankkien keskuudessa oli suuria eroja toimintaindikaattorien määrittelemisessä oleelliseksi tai epäoleelliseksi. Tästä esimerkkinä on tutkimuksen vertailussa mukana olleet ympäristöindikaattorit, joista Handelsbanken määritti peräti 20 epäoleelliseksi, kun Danske Bank määritti ainoastaan yhdeksän ympäristöindikaattoria epäoleelliseksi. Ympäristöindikaattoreiden mukaisessa yhteiskuntavastuuraportoinnissa oli muutenkin suuret erot, kuten yllä olevasta yhteenvedosta on havaittavissa. Myös sosiaalisten toimintaindikaattoreiden noudattamisessa oli suuria eroja. Sosiaalistenkin toimintaindikaattoreiden keskuudessa toimintaindikaattoreiden oleellisuuksien määrittelyssä oli merkittäviä eroja. Esimerkiksi Handelsbanken määritteli tutkimuksen vertailussa olleista GRI:n 40 sosiaalisesta toimintaindikaattorista 19 epäoleelliseksi, kun Danske Bank määritti vain kuusi sosiaalista toimintaindikaattoria epäoleelliseksi.

Taloudellisten ja finanssialan toimialakohtaisten lisäindikaattoreiden noudattamisessa ei ollut yhtä selkeitä eroja kuin ympäristöindikaattoreiden ja sosiaalisten toimintaindikaattoreiden noudattamisessa. Taloudellisten toimintaindikaattoreiden suhteen ainoastaan Nordea erottui hieman muista casepankeista raportoituaan ainoastaan neljän taloudellisen toimintaindikaattorin mukaisesti. Taloudellisten toimintaindikaattoreiden suhteen oli myös merkittävää huomata, että kaikkia yksittäisiä taloudellisia toimintaindikaattoreita oli ainakin yksi tutkimuksen casepankeista noudattanut. Finanssialan toimialakohtaisten lisäindikaattoreiden suhteen casepankkien yhteiskuntavastuuraportointi oli hyvin samalla tasolla. Casepankit noudattivat kuitenkin ainoastaan 9-11 finanssialan toimialakohtaista lisäindikaattoria 16 toimintaindikaattorista. Tämä tulos voidaan nähdä matalana ja hieman yllättävänäkin, sillä kyseessä on toimialakohtaiset indikaattorit, jotka on luotu juuri finanssialan yrityksiä varten. Raportointiaktiivisuuden olisi näin ollen uskonut olevan korkeampi. Lisäksi ainoastaan kaksi toimialakohtaista lisäindikaattoria oli sellaisia, joita kaikki casepankit noudattivat yhteiskuntavastuuraportoinnissaan.

Tutkimuksen empirian toisen osan tavoitteena oli kartoittaa yhteiskuntavastuuraportoinnin taustalla vaikuttavia tekijöitä. Tämä tapahtui haastattelemalla tutkimuksen casepankkien asiantuntijoita. Haastatteluissa selvisi, että yhteiskuntavastuuraportointiin vaikuttivat mm. sidosryhmät, casepankkien pyrkimys avoimuuteen, casepankkien tavoitteet ja niiden seuranta, ohjausdokumentit ja -periaatteet, saatavilla olevan datan

määrä, yhteiskuntavastuuraportin ulkoinen varmentaminen, valittu raportointitaso ja GRI-ohjeisto sekä GRI:n toimintaindikaattorit.

Haastatteluissa selvisi myös mm. miksi pankit raportoivat yhteiskuntavastuustaan, perusteluja erilaisilla yhteiskuntavastuuraporttien sisällöllisille valinnoille sekä miten eri tekijät vaikuttavat yhteiskuntavastuuraportointiin. Pankkien yhteiskuntavastuuraportoinnin motivaattoreina toimivat pyrkimys läpinäkyvyyteen, tavoitteiden toteutumisen seuranta ja sidosryhmien tiedottaminen. Casepankkien asiantuntijoilla oli hieman erilaisia näkemyksiä siitä, onko yrityksen imagon kehittäminen oleellisessa roolissa yhteiskuntavastuuraportoinnissa. Osa casepankeista ei nähnyt imagon kehittämisen liittyvän yhteiskuntavastuuraportointiin, kun taas toiset casepankit uskoivat yhteiskuntavastuuraportoinnilla olevan vaikutusta yrityksen imagoon. Myös yhteiskuntavastuuraporttien sisällöllisistä valinnoista casepankeilla oli eriäviä näkemyksiä. Syitä, miksi tietyt asiat tai aiheet oli valittu raportoitavaksi yhteiskuntavastuuraporteissa, olivat mm. asioiden merkittävyys ja mielenkiintoisuus, sidosryhmät, ohjausdokumentit ja -periaatteet sekä aito suoriutuminen. Casepankkien kannalta ikävistä asioista haluttiin myös raportoida avoimuuden vuoksi. Yhteiskuntavastuuraportointia saattoi kuitenkin rajoittaa saatavilla olevan datan määrä. Datan saatavuus nähtiin haasteena joidenkin toimintaindikaattoreiden suhteen. Kommunikointi eri sidosryhmien kanssa toi puolestaan sisältöä pankkien yhteiskuntavastuuraportteihin.

## 5. Johtopäätökset ja jatkotutkimusaiheet

Tämän tutkimuksen tavoitteena oli tutkia GRI-ohjeiston mukaisen yhteiskuntavastuuraportoinnin kattavuutta sekä kartoittaa tekijöitä yhteiskuntavastuuraportoinnin taustalla. Tarkastelu tapahtui suomalaisella pankkisektorilla ja GRI-ohjeiston toimiessa mittarina casepankeiksi määräytyivät Danske Bank, Handelsbanken, Nordea ja Tapiola Pankki. Nämä pankit raportoivat yhteiskuntavastuustaan GRI-ohjeiston mukaisesti vuoden 2011 yhteiskuntavastuuraporteissaan. Tutkimuksen aineisto kattaakin ainoastaan tämän yhden vuoden yhteiskuntavastuuraportoinnin, eikä tutkimuksen tuloksia tai johtopäätöksiä voi yleistää tässä tapauksessa pidemmälle ajanjaksolle. Casepankkien edustajia lisäksi haastateltiin, minkä avulla pyrittiin ymmärtämään paremmin motiiveja ja muita tekijöitä yhteiskuntavastuuraportoinnin taustalla.

Tutkimuksen teoreettisen viitekehyksen avulla pyrittiin tutustuttamaan lukija aiheeseen, minkä lisäksi aiempien teorioiden, sidosryhmäteorian ja legitimaatioteorian, avulla pyrittiin selittämään yhteiskuntavastuuraportointia. Chenin ja Roberts (2010, 653) tutkimuksessa tuotiin hyvin esille, mistä sidosryhmäteoriassa on kysymys. Tutkijoiden mukaan sidosryhmäteorian polttopisteessä on yrityksen tasapainottelu eri sidosryhmien vaatimusten välillä. Yritystoiminnan tavoitteena on sidosryhmäteorian näkökulmasta merkittävien sidosryhmien hyväksynnän saavuttaminen. Sidosryhmät korostuivat myös casepankkien haastatteluvastauksissa, ja yhteiskuntavastuuraportoinnissa voidaankin nähdä olevan kyse juuri sidosryhmien odutuksiin vastaamisesta. Samaa asiaa korostaa myös legitimaatioteoria. Yritykset pyrkivät yhteiskuntavastuuraportoinnin kautta rakentamaan legitimitettiään sidosryhmien silmissä. Deeganin (2006, 161) mukaan legitimaatioteoriaa onkin käytetty selittämään yhtiöiden julkistamia vapaaehtoisia tiedoksiantoja tai raportteja, joista yhteiskuntavastuuraportit ovat hyvä esimerkki.

GRI-ohjeiston noudattaminen oli yhteinen tekijä tutkimuksen casepankeille, ja tutkimuksen fokus olikin nimenomaan juuri GRI-ohjeiston mukaisen yhteiskuntavastuuraportoinnin tarkastelussa. GRI-ohjeistossa nähtiin niin aiemmassa tutkimuksessa kuin myös casepankkien edustajien keskuudessa sekä hyviä että huonoja puolia. Ohjeiston kehittyminen kohti normaaleja tilinpäätös- ja kirjanpitoikäytäntöjä

(Niskala ym. 2009, 9), tunnettavuus, kansainvälisyys sekä vertailukelpoisuus nähtiin esimerkiksi ohjeiston hyvinä puolina. Huonoina puolina korostuivat puolestaan mm. hajanaisuus (Joseph 2012, 94), raporttien huono ymmärrettävyys ja saatavuus (Dingwerth ja Eichinger 2010, 91) sekä datan keräämisen haastavuus. Casepankit perustelivat ohjeiston valintaa raportoinnin ohjenuoraksi juuri tunnettavuudella, kansainvälisyydellä sekä vertailukelpoisuudella. Datan keräämisen haastavuudella perusteltiin puolestaan tiettyjen asioiden raportoimatta jättämistä. Casepankkien valitsemat raportointitasot ja niiden taustalla olevat yritysten omat strategiset linjaukset vaikuttivat myös selvästi GRI-ohjeiston hyödyntämiseen ja raportoinnin kattavuuteen.

Tutkimuksen tulokset osoittivat suhteellisen selkeitä eroja GRI-ohjeiston mukaisen yhteiskuntavastuuraportoinnin kattavuudessa suomalaisella pankkisektorilla. Vertailu tapahtui ainoastaan yhden vuoden aineistolla, mutta toimintaindikaattorivertailussa käytettiin peräti 83 eri toimintaindikaattoria, mikä omalta osaltaan lisää tarkastelun kattavuutta. Lisäksi vertailuun valittiin vain ne toimintaindikaattorit, jotka nähtiin tutkimuksen kannalta oleellisiksi. Tutkimuksen tulokset kuvaavatkin juuri sitä, mitä tutkimuksen tavoitteeksi oli asetettu.

Niin kuin edellä mainittiin, niin tässä tutkimuksessa löydettiin selkeitä eroja casepankkien välillä. Raportoinnissa, niin kokonaisraportoinnissa kuin myös eri dimensioiden mukaisessa raportoinnissa, casepankit jakaantuivat kahteen ryhmään raportointiaktiivisuuden mukaan. Tähän vaikutti suuresti toimintaindikaattorien oleellisiksi tai epäoleellisiksi määrittäminen, niin kuin jo tutkimuksen keskeisissä tuloksissa tuotiin esille. Toiset casepankit määrittelivät huomattavan määrän enemmän toimintaindikaattoreita epäoleellisiksi ja tätä kautta myös raportoivat huomattavasti epäkattavammin. Casepankkien omat näkemykset ja omat strategiset linjaukset vaikuttivatkin siis suuresti yhteiskuntavastuuraportoinnin kattavuuteen.

Koska tutkimuksen tarkastelutoimiala on pankkisektori, ja GRI on erikseen laatinut finanssialan toimialakohtaiset lisäindikaattorit, niin näiden indikaattoreiden käytön vertailu oli myös tässä tutkimuksessa oleellista. Finanssialan toimialakohtaisia lisäindikaattoreita oli vertailussa mukana yhteensä 16 kappaletta. Näistä toimialakohtaisista indikaattoreita ei tutkimuksen casepankit määrittäneet yhtään toimintaindikaattoria epäoleelliseksi, mikä voidaan nähdä luonnollisena valintana. Jos

casepankit olisivat määritelleet toimialakohtaisia indikaattoreita epäoleellisiksi, olisivat sidosryhmät tähän varmasti puuttuneet. Vaikka toimialakohtaisia indikaattoreita ei epäoleellisiksi määritelykään, niin silti näiden indikaattoreiden mukaan raportoitiin suhteellisen vähäisesti. Tapiola Pankki perusteli tiettyjen finanssialan indikaattorien rajaamista raportoinnin ulkopuolelle sillä, että pankin prosessit ja menetelmät ovat kyseisten indikaattorien suhteen vielä kehitysvaiheessa (Tapiola 2012b).

Tutkimuksen empirian ensimmäisen osan tuloksissa oli lisäksi huomionarvoista se, että valittu mittari, tässä tutkimuksessa GRI:n toimintaindikaattorit, vaikuttavat tutkimuksen tuloksiin. Tutkimuksen empiria osoitti Danske Bankin ja Tapiola Pankin raportoineen huomattavasti kattavammin yhteiskuntavastuustaan kuin Handelsbankenin ja Nordean GRI:n toimintaindikaattorien toimiessa mittarina. Nordea ja Danske Bank ilmoittivat kuitenkin vuoden 2011 yhteiskuntavastuuraporttiansa raportointitasoksi saman tason, raportointitason B. Nordean vuoden 2011 yhteiskuntavastuuraportti on lisäksi ulkoisesti varmennettu, minkä vuoksi pankin raportointitaso on B+. Vaikka Nordea ja Danske Bank ilmoittivat raportoineensa yhteiskuntavastuustaan samalla raportointitasolla, niin tästä huolimatta Danske Bank on raportoinut huomattavasti kattavammin yhteiskuntavastuustaan kuin Nordea, kun vertaillaan raportointia käyttäen GRI:n toimintaindikaattoreita mittarina. Yhteiskuntavastuuraporteissa ilmoitettu raportointitaso ja toimintaindikaattorit antoivat myös eri tuloksen raportoinnin kattavuudesta vertailtaessa Handelsbankenin ja Nordeaa keskenään sekä vertailtaessa Danske Bankia ja Tapiola Pankkia keskenään. Jos yhteiskuntavastuuraportoinnin kattavuuden mittarina olisi käytetty yhteiskuntavastuuraporttien sivumäärää, niin myös tällöin tutkimustulokset olisivat hieman poikenneet tämän tutkimuksen tuloksista. Pääsääntöisesti toimintaindikaattorit, pankkien ilmoittamat raportointitasot sekä yhteiskuntavastuuraporttien sivumäärät antavat kuitenkin saman tutkimustuloksen casepankkien yhteiskuntavastuuraportoinnin kattavuudesta.

Tutkimuksen empirian toinen osa kartoitti GRI-ohjeiston mukaiseen yhteiskuntavastuuraportointiin vaikuttavia tekijöitä, sekä miten nämä tekijät vaikuttavat yhteiskuntavastuuraportointiin. Tutkimuksen casepankkien asiantuntijoille tehdyissä haastatteluissa selvisi, että yksi yhteiskuntavastuuraportointiin oleellisesti vaikuttava tekijä on yrityksen sidosryhmät. Sidosryhmien merkitys korostuikin monissa eri

haastatteluvastauksissa. Tätä asiaa tukee myös tutkimuksen teoreettinen viitekehys ja erityisesti sidosryhmä- ja legitimaatioteoria.

Sidosryhmien korostaminen voidaan nähdä hyvin luonnollisena valintana. Esimerkiksi yritysten asiakkaat ja työntekijät ovat yrityksen kannalta sellaisia sidosryhmiä, että ilman niitä koko yritystoimintaa ei voisi harjoittaa. Näiden sidosryhmien vaatimusten, odotusten ja toiveiden huomioonottaminen onkin ensisijaisen tärkeää. Tämä tuli esille myös casepankeille tehdyissä haastatteluissa. Casepankkien edustajien mukaan pankit pyrkivät olemaan avoimia ja läpinäkyviä sekä tiedottamaan sidosryhmiä toiminnastaan yhteiskuntavastuuraportoinnin avulla. Lisäksi sidosryhmien kanssa kommunikoidaan laadittaessa yhteiskuntavastuuraportteja.

GRI-ohjeisto ja GRI:n luomat toimintaindikaattorit vaikuttivat myös oleellisesti casepankkien yhteiskuntavastuuraportointiin. Pankkien edustajien haastatteluissa mainittiin GRI-ohjeiston kansainvälisyys ja kankeus. Kansainvälisyyden ja standardisoitujen indikaattoreiden myötä ohjeisto ei ota huomioon yksittäisiä yrityksiä ja niiden tarpeita. Tapiola Pankin edustajan mukaan ohjeistossa korostuukin yrityksen kannalta myös epäoleelliset asiat. Näihin haastatteluvastauksiin peilaten ohjeisto, joka ottaisi paremmin yksittäisten yritysten tarpeet, voisi johtaa kattavampaan yhteiskuntavastuuraportointiin.

GRI:n toimintaindikaattorien noudattaminen yhteiskuntavastuuraportoinnissa nähtiin mahdollisena silloin, kun pankeilla oli saatavilla data koskien yksittäisiä toimintaindikaattoreita. Esimerkiksi Nordean asiantuntijan mukaan datan keräämisen haasteellisuus vaikuttaa siihen, minkä toimintaindikaattoreiden mukaan raportoidaan. Danske Bankin asiantuntija mainitsi myös, että saatavilla olevan datan määrä vaikuttaa siihen, raportoidaanko toimintaindikaattorin mukaan täysin vai osittain. Näin ollen toimintaindikaattorit ja niiden vaatima data vaikuttavat oleellisesti casepankkien yhteiskuntavastuuraportointiin. Toimintaindikaattoreita kehittämällä voitaisiin myös mahdollisesti vaikuttaa casepankkien ja yleisesti yritysten yhteiskuntavastuuraportoinnin kattavuuteen.

Yhteiskuntavastuuraportoinnille valittu GRI:n raportointitaso vaikutti myös selkeästi casepankkien yhteiskuntavastuuraportointiin. Esimerkiksi Tapiola Pankki halusi

raportoida kattavasti yhteiskuntavastuustaan ja valitsi raportointitasokseen A. Tapiola Pankki raportoikin hyvin kattavasti yhteiskuntavastuustaan verrattuna Handelsbankeniin ja Nordeaan. Tutkimuksen tulokset olivatkin hyvin linjassa valittujen raportointitasojen kanssa, vaikka eroavaisuuksiakin löytyi. Pääsääntöisesti paremman raportointitason valinneet casepankit raportoivat kuitenkin kattavammin myös toimintaindikaattoreilla mitattuna kuin alhaisemman raportointitason valinneet pankit. Lisäksi casepankit, varsinkin Handelsbanken ja Nordea, jotka ulkoisesti verifioivat omat yhteiskuntavastuuraporttinsa, halusivat varmasti valitun raportointitason olevan linjassa oman raportin kattavuuden kanssa. Jos näin ei olisi ollut, olisivat yritysten sidosryhmät varmasti huomanneet puutteet pankkien yhteiskuntavastuuraportoinnissa.

Yhteiskuntavastuuraportointiin vaikuttavista tekijöistä mainittiin myös mm. pankin omat tavoitteet ja niiden toteutumisen seuranta sekä erilaiset ohjausdokumentit ja -periaatteet. Tutkimuksen teoriaosuudessaakin jo tuotiin esille KPMG:n (2011a, 18-19) tutkimus, joka omalta osaltaan osoitti sen, että yhteiskuntavastuuraportointiin motivoi muutkin tekijät kuin vain yhteiskuntavastuullisena toimijana esittäytyminen. Danske Bankin edustajan mukaan pankilla yhteiskuntavastuuraportointiin motivoi myös juuri pankin omat tavoitteet ja niiden toteutumisen seuranta. Handelsbanken mainitsi puolestaan erilaiset ohjausdokumentit ja -periaatteet yhtenä tekijänä, mikä vaikuttaa pankin yhteiskuntavastuuraportointiin. Yhteiskuntavastuuraportoinnista saatavat hyödyt sekä erilaiset aloitteet, joihin ollaan sitouduttu, vaikuttavat siis pankkien nykyiseen yhteiskuntavastuuraportointiin sekä vaikuttavat varmasti myös siihen, mihin suuntaan pankit jatkossa yhteiskuntavastuuraportointia kehittävät.

Yhteenvetona tämän tutkimuksen empirian tulokset osoittivat, että GRI-ohjeiston mukaisen yhteiskuntavastuuraportoinnin kattavuudessa on selkeitä eroja suomalaisella pankkisektorilla. Tutkimuksen aineiston kattaessa ainoastaan vuoden 2011 ei tutkimuksen tuloksia voida kuitenkaan yleistää pitemmälle aikavälille. Yhteiskuntavastuuraportoinnin kattavuuteen vaikuttivat monet tekijät, kuten GRI-ohjeisto, valittu raportointitaso sekä casepankkien omat strategiset valinnat. Tutkimuksen empiria osoitti myös sen, että yhteiskuntavastuuraportointiin sekä raportoinnin sisältöön vaikuttavat monet tekijät. Haastatteluvastausten perusteella sidosryhmät olivat selkeästi oleellisin yksittäinen tekijä yhteiskuntavastuuraportoinnin taustalla.



Tämän tutkimuksen mahdollisia jatkotutkimusaiheita voisivat olla mm. yhteiskuntavastuuraportointiaktiivisuuden ja yhteiskuntavastuullisen toiminnan korrelaatio tai yhteiskuntavastuuraportoinnin merkitys yrityksen arvoon ja arvon kehittymiseen. Tämä tutkimus oli lisäksi case-tutkimus, joka oli rajoitettu koskemaan ainoastaan suomalaista pankkisektoria ja pankkisektorin neljää eri toimijaa. Yhteiskuntavastuuraportointia, sen kattavuutta ja eri piirteitä voisikin tutkia myös täysin toisella toimialalla, ja tämän toimialan yrityksiä käyttää tarkastelukohteina. Myös pitkäaikaisemman aineiston valinta tutkimuksen aineistoksi olisi mahdollista. Jatkotutkimuksen merkittävyyden ja mielenkiintoisuuden kannalta uusi perspektiivi, kuten edellä mainitut yhteiskuntavastuullisuuden korrelaatio yhteiskuntavastuuraportoinnin kanssa tai yhteiskuntavastuuraportoinnin vaikutus raportoivan yrityksen liikearvoon, voisi tarjota tutkimuksen lukijoille jotain uutta.

## Lähteet

### Kirjallisuus:

- Adams, C. A. & McNicholas, P. 2007. Making a difference: Sustainability reporting, accountability and organizational change. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. Vol 20. Issue 3. 382-402.
- Adlbrecht, G., Jujagiri, N. J. & Littau, P. 2010. 25 Years of Stakeholder Theory in Project Management Literature (1984–2009). *Project Management Journal*. 17-29.
- Amberla, T., Anderson, R., Hansen, E., Juslin, H., Panwar, R. & Wang, L. 2011. Corporate responsibility performance in the forest industries: A comparative analysis of student perceptions in Finland and the USA. *Social Responsibility Journal*. Vol. 7. Issue 3. 472-489.
- Aras, G. 2008. Corporate Governance and the Agency Problem in Financial Markets. Teoksessa: Crowther, D. & Capaldi, N. (toim.) *The Ashgate Research Companion to Corporate Social Responsibility*. Englanti: Ashgate Publishing, 87-96.
- Archel, P., Correa, C. & Moneva, J. M. 2006. GRI and the camouflaging of corporate unsustainability. *Accounting Forum* 30. 121-137.
- Aristotelous, C. & Martoudi Demetriou, M. 2011. Is a Bank expected to Play the Role of a Non-profit Organization? How do its Stakeholders feel about it? *The Journal of Institute of Public Enterprise*. Vol. 34. Issue 1 & 2. 91-108.
- Bird, R., Momenté, F. & Reggiani, F. 2012. The market acceptance of corporate social responsibility: a comparison across six countries/ regions. *Australian Journal of Management*. Vol. 37. Issue 2. 153-168.
- Bitektine, A. 2011. Toward a Theory of Social Judgements of Organizations: The Case of Legitimacy, Reputation and Status. *Academy of Management Review*. Vol. 36. Issue 1. 151-179.
- Bowers, T. 2010. From image to economic value: a genre analysis of sustainability reporting. *Corporate Communications: An International Journal*. Vol. 15. Issue 3. 249-262.
- Brown, H., de Jong, M. & Levy, D. L. 2010. The Contested Politics of Corporate Governance – The Case of the Global Reporting Initiative. *Business & Society*. Vol. 49. Issue 1. 88-115.
- Buller, P. F., Rutherford, M. W. & Stebbins, J. M. 2009. Ethical Considerations of the Legitimacy Lie. *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 949-964.

- Cerruti, J., Loock, M., Muyot, M. & Peloza, J. 2012. Sustainability: How Stakeholder Perceptions Differ from Corporate Reality. *California Management Review*. Vol 55. Issue 1. 74-97.
- Chen, J. C., & Roberts, R. W. 2010. Toward a More Coherent Understanding of the Organization–Society Relationship: A Theoretical Consideration for Social and Environmental Accounting Research. *Journal of Business Ethics*. Vol 97. 651-665.
- Christofi, A., Christofi, P. & Sisaye, S. 2012. Corporate Sustainability: Historical Development and Reporting Practices. *Management Research Review*. Vol. 35. Issue 2. 157-172.
- Crane, A., Matten, D. & Spence, L. 2008. *Corporate Social Responsibility – Readings and cases in a global context*. New York: Routledge.
- Cuganesan, S. & Khan, H. 2008. Assessing the reporting of stakeholder reciprocity in the Australian banking industry. *Journal of Human Resource Costing & Accounting*. Vol. 12. Issue 2. 85-101.
- Deegan, C. 2006. An Introduction and Overview of Legitimacy Theory. Teoksessa: Hoque, Z. (toim.) *Methodological Issues in Accounting Research: Theories and Methods*. Lontoo: Spiramus, 150-179.
- Dingwerth, K., & Eichinger, M. 2010. Tamed Transparency: How Information Disclosure under the Global Reporting Initiative Fails to Empower. *Global Environmental Politics*. Vol. 10. Issue 3. 74-96.
- Dion, M. 2012. The moral discourse of banks about money laundering: an analysis of the narrative from Paul Ricoeur's philosophical perspective. *Business Ethics: an European Review*. Vol. 21. Issue 3. 251-262.
- Driscoll, C. & Lightstone, K. 2008. Disclosing Elements of Disclosure: A Test of Legitimacy Theory and Company Ethics. *Canadian Journal of Administrative Sciences*. Vol. 25. 7-21.
- Dowling, G. & Moran, P. 2012. Corporate Reputations: Built in or bolted on?. *California Management Review*. Vol. 4. Issue 2. 25-42.
- Du Bois, C., Caers, R., Jegers, M. & Van Puyvelde, S. 2012. The Governance of Nonprofit Organizations : Integrating Agency Theory with Stakeholder and Stewardship Theories. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*. Vol 41. Issue 3. 431-451.
- Egels-Zandén, N. & Sandberg, J. 2010. Distinctions in descriptive and instrumental stakeholder theory: a challenge for empirical research. *Business Ethics: A European Review*. Vol. 19. Issue 1. 35-49.

- Freeman, R. E. & Purnell, L. S. 2012. Stakeholder Theory, Fact/Value Dichotomy, and the Normative Core: How Wall Street Stops the Ethics Conversation. *Journal of Business Ethics*. Vol. 109. Issue 1. 109-116.
- Freeman, R. E., Rusconi, G., Signori, S. & Strudler, A. 2012. Stakeholder Theory(ies): Ethical Ideas and Managerial Action. *Journal of Business Ethics*. Vol. 109. Issue 1. 1-2.
- Freeman, R. E. 1984. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Massachusetts: Pitman Publishing Inc.
- Friedman, M. 1970. The social responsibility of business is to increase its profits. *New York Times Magazine* 13.9.1970.
- Fries, J., McCulloch, K. & Webster, W. 2010. The Prince's Accounting for Sustainability Project: Creating 21<sup>st</sup>-Century Decision-Making and Reporting Systems to Respond to 21<sup>st</sup>-Century Challenges and Opportunities. Teoksessa: Fries, J., Hopwood, A. & Unerman, J. (toim.) *Accounting for Sustainability – Practical Insights*. Lontoo: Earthscan. 29-45.
- Garrido-Morgado, A. & Melo, T. 2012. Corporate Reputation: A Combination of Social Responsibility and Industry. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. Vol. 19. Issue 1. 11-31.
- Garvare, R. & Johansson, P. 2010. Management for sustainability – A stakeholder theory. *Total Quality Management*. Vol 21. Issue 7. 737-744.
- Goss, A. & Roberts, G. S. 2011. The impact of corporate social responsibility on the cost of bank loans. *Journal of Banking & Finance*. Vol. 35. 1794-1810.
- Guthrie, J. & Parker, L. D. 1989. Corporate Social Reporting: A Rebuttal of Legitimacy Theory. *Accounting and Business Research*. Vol. 19. No. 76. 343-352.
- Hassel, L. G., Nilsson, H. & Semenova, N. 2010. The Value Relevance of Environmental and Social Performance: Evidence from Swedish SIX 300 Companies. *Liiketaloudellinen Aikakauskirja*. Vol. 3. 265-292.
- Hirsjärvi, S. Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. *Tutki ja kirjoita*. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Joseph, G. 2012. Ambiguous but tethered: An accounting basis for sustainability reporting. *Critical Perspectives on Accounting*. Vol 23. Issue 2. 93-106.
- Jothi, M. 2010. CSR... In the Era of Global Economic Meltdown. *Global Management Review*. Vol 4. Issue 4. 93-97.
- Kankkunen, K. Lehtinen, L. & Matikainen, E. 2005. *Mittareilla menestykseen*. Jyväskylä: Talentum Media Oy.

- Koivuporras, T-L. 2005. Pankkisektorin yhteiskuntavastuu. Teoksessa: Kallio, T. J. & Nurmi, P. (toim.) *Vastuullinen liiketoiminta. Peruskysymyksiä ja esimerkkejä. Sarja Keskustelua ja raportteja 10:2005*. Turku: Turun kauppakorkeakoulu, 53-72.
- Leszczynska, A. 2012. Towards shareholder's value: an analysis of sustainability reports. *Industrial Management & Data Systems*. Vol. 112. Issue 6. 911-928.
- Mandhachitara, R. & Poolthong, Y. 2011. A model of customer loyalty and corporate social responsibility. *Journal of Services Marketing*. Vol. 25. Issue 2. 122-133.
- Niskala, M., Pajunen, T. & Tarna-Mani, K. 2009. *Yhteiskuntavastuun raportointi – raportointi- ja laskentaperiaatteet*. Keuruu: KHT-Media.
- McPhail, K. & Walters, D. 2009. *Accounting and Business Ethics*. Abingdon: Routledge.
- Rantala, I. 2007. Laadullisen aineiston analyysi tietokoneella. Teoksessa: Aaltola, J. & Valli, R. (toim.) *Ikkunoita tutkimusmetodeihin II. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin*. Jyväskylä: PS-kustannus.
- Reverte, C. 2012. The Impact of Better Corporate Social Responsibility Disclosure on the Cost of Equity Capital. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. Vol. 19. 253-272.
- Schilling, M. A. 2000. Decades ahead of her time: advancing stakeholder theory through the ideas of Mary Parker Follett. *Journal of Management History*. Vol. 6 Issue 5. 224-242.
- Sorsa, V. 2006. Globaali yhteiskuntavastuu on koko yhteiskunnan asia. *Helsingin sanomat* 14.5.2006, editorial column.
- Suchman, M. C. 1995. Managing legitimacy: strategic and institutional approaches. *Academy of Management Review*. Vol. 20. Issue 3. 571-610
- Talvio, C. & Välimaa, M. 2004. *Yhteiskuntavastuu ja johtaminen*. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Tullberg, J. 2012. Triple bottom line – a vaulting ambition. *Journal of Business Ethics*. Vol 21. Issue 3. 310-324.

### **Virallislähteet:**

Osakeyhtiölain 1 luku 5§, 13.4.2007/461

**Muut lähteet:**

- Corporate Register (2012a): Corporate Registerin internetsivut. 28.11.2012, <http://www.corporateregister.com/stats/content/byyear.swf>.
- Corporate Register (2012b): Corporate Registerin internetsivut. 28.11.2012, <http://www.corporateregister.com/stats/content/byGRIvsNonGRI.swf>.
- Danske Bank (2013a): Danske Bankin internetsivut. 29.4.2013, <http://www.danskebank.fi/fi-fi/tietoa-danske-bankista/danske-bank-lyhyesti/Pages/Suomenliiketoimintojenhistoria.aspx>.
- Danske Bank (2013b): Danske Bankin internetsivut. 4.3.2013, <http://www.danskebank.com/en-uk/CSR/society/Pages/Economic-Footprint.aspx>.
- Danske Bank (2012a): Danske Bankin yhteiskuntavastuuraportti 2011 (Corporate Responsibility 2011). 27.1.2013, <http://www.danskebank.com/EN-UK/CSR/REPORTING/Pages/reporting.aspx>.
- Danske Bank (2012b): Danske Bankin GRI-indeksi 2011. 27.1.2013, <http://www.danskebank.com/en-uk/CSR/reporting/GRI-index/Pages/default.aspx>.
- Elinkeinoelämän keskusliitto (2006): Elinkeinoelämän keskusliiton julkaisu. 28.11.2012, [http://www.ek.fi/ek/fi/tutkimukset\\_julkaisut/arkisto/2006/Vastuullinen\\_yritystoim.pdf](http://www.ek.fi/ek/fi/tutkimukset_julkaisut/arkisto/2006/Vastuullinen_yritystoim.pdf).
- Finanssialan keskusliitto (2012a): Pankit Suomessa 2011. 28.11.2012, [http://www.fkl.fi/materiaalipankki/julkaisut/Julkaisut/Pankit\\_Suomessa\\_2011.pdf](http://www.fkl.fi/materiaalipankki/julkaisut/Julkaisut/Pankit_Suomessa_2011.pdf).
- Finanssialan keskusliitto (2012b): Finanssialan keskusliiton internetsivusto. 28.11.2012, [http://www.fkl.fi/tietoa\\_meista/vastuullisuus/Sivut/default.aspx](http://www.fkl.fi/tietoa_meista/vastuullisuus/Sivut/default.aspx).
- Global Reporting Initiative (2012a): Global Reporting Initiativen internetsivut. 1.1.2013, <https://www.globalreporting.org/information/about-gri/what-is-GRI/Pages/default.aspx>.
- Global Reporting Initiative (2012b): GRI-raportointitrendejä vuonna 2011. 1.1.2013, <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/GRI-Reporting-Trends-2011.pdf>.
- Global Reporting Initiative (2012c): Global Reporting Initiativen internetsivut. 1.1.2013, <https://www.globalreporting.org/network/network-structure/governance-bodies/Pages/default.aspx>.
- Global Reporting Initiative (2012d): Global Reporting Initiativen internetsivut. 1.1.2013, <https://www.globalreporting.org/network/network-structure/secretariat/Pages/default.aspx>.

- Global Reporting Initiative (2011a): GRI-raportointi statistiikkaa. 1.1.2013, <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/GRI-Reporting-Stats-2010.pdf>.
- Global Reporting Initiative (2011b): GRI-organisaation vuosikatsaus 2010-2011. 1.1.2013, <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/GRI-Year-In-Review-2010-2011.pdf>.
- Global Reporting Initiative (2008): RG - yhteiskuntavastuun raportointiohjeisto (G3-raportointiohjeisto). 13.4.2013, <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Finnish-G3-Reporting-Guidelines.pdf>.
- Handelsbanken (2012a): Handelsbankenin yhteiskuntavastuuraportti 2011 (Sustainability report 2011). 27.1.2013, [http://www.handelsbanken.se/shb/inet/icentsv.nsf/vlookuppics/investor\\_relations\\_en\\_2011\\_har\\_eng\\_1/\\$file/2011\\_har\\_eng.pdf](http://www.handelsbanken.se/shb/inet/icentsv.nsf/vlookuppics/investor_relations_en_2011_har_eng_1/$file/2011_har_eng.pdf).
- Handelsbanken (2012b): Handelsbankenin tilipäättötiedote tammi-joulukuulta 2011. 27.1.2013, [http://handelsbanken.fi/shb/inet/IStartfi.nsf/Frameset?OpenView&id=Shbfi&navid=X\\_Tietoa\\_Handelsbankenista&sa=/shb/inet/icentfi.nsf/default/q66FAA493D3C4A2F2C22570F900327F5B?opendocument&iddef=Tietoapankista](http://handelsbanken.fi/shb/inet/IStartfi.nsf/Frameset?OpenView&id=Shbfi&navid=X_Tietoa_Handelsbankenista&sa=/shb/inet/icentfi.nsf/default/q66FAA493D3C4A2F2C22570F900327F5B?opendocument&iddef=Tietoapankista).
- KPMG (2011a): KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2011. 28.11.2012, <http://www.kpmg.com/Global/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/corporate-responsibility/Documents/2011-survey.pdf>.
- KPMG (2011b): KPMG:n yritysvastuuraportti. 1.1.2013, <http://www.kpmg.com/Global/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/corporate-sustainability-v2.pdf>.
- Nordea (2013): Nordean internetsivut. 11.4.2013, <http://www.nordea.com/Tietoa+Nordeasta/Hyv%C3%A4+hallintotapa/Osakkeenomistajien+kokoukset/Osakkeenomistajat/71772.html>.
- Nordea (2012): Nordean yhteiskuntavastuuraportti 2011 (Nordea CSR report 2011). 27.1.2013, <http://www.nordea.com/About+Nordea/Corporate+Social+Responsibility/51382.html>.
- Tapanainen (2010): Finnwatchin raportti. 14.2.2012, <http://www.kepa.fi/tiedostot/tapanainen-yritysten-yhteiskuntavastuu.pdf>.
- Tapiola (2012a): Vuoden 2011 yhteiskuntavastuuraportti (yhdistetty yhteiskuntavastuuraportti sekä vuosikertomus). 31.1.2013, <http://www.vuosiraportti.tapiola.fi/fi>.
- Tapiola (2012b): Vuoden 2011 GRI-indeksi. 31.1.2013, [http://www.lahitapiola.fi/NR/rdonlyres/F8BA3D25-2A70-4D6A-9E87-6E747D887AF6/0/GRItaulukko2011\\_tapiola.pdf](http://www.lahitapiola.fi/NR/rdonlyres/F8BA3D25-2A70-4D6A-9E87-6E747D887AF6/0/GRItaulukko2011_tapiola.pdf).

Tilastokeskus (2004): Tilastokeskuksen artikkeli. 29.1.2012,  
[http://www.stat.fi/tup/tietoaika/tilaajat/ta\\_10\\_04\\_yhteiskuntavastuu.html](http://www.stat.fi/tup/tietoaika/tilaajat/ta_10_04_yhteiskuntavastuu.html).



## LIITE 1. Haastattelukysymykset

### Yhteiskuntavastuu ja yhteiskuntavastuuraportointi

1. Kokeeko yrityksenne olevan vastuullinen toimija finanssialalla?
2. Miksi yrityksenne raportoi yhteiskuntavastuustaan?
3. Kuinka oleelliseksi tekijäksi imagon/ brändin kehittäminen nousee yhteiskuntavastuuraportoinnissa?

### Yhteiskuntavastuuraporttien sisältö

4. Miksi yrityksenne raportoi yhteiskuntavastuustaan juuri GRI-ohjeiston mukaisesti, ja miksi juuri G3-ohjeiston mukaisesti?
5. Millaisia asioita yrityksenne valitsee raportoitavaksi yhteiskuntavastuuraportteihinsa, ja miksi jotkut asiat jätetään raportoinnin ulkopuolelle?
6. Raportoidaanko myös ikävistä asioista riittävässä määrin?
7. Kuinka hyvin yrityksenne yhteiskuntavastuuraportointi kattaa yrityksenne yhteiskuntavastuullisen toiminnan?
8. GRI tarjoaa yrityksille mahdollisuuden raportoida yhteiskuntavastuustaan tasoilla C – A+. Miksi yrityksenne on valinnut yhteiskuntavastuuraportointiinsa nykyisen tason?
9. Kuinka oleelliseksi yrityksenne kokee yhteiskuntavastuuraporttien verifiointin?

### GRI:n luomat toimintaindikaattorit ja yhteiskuntavastuuraportointi

10. Kattavatko GRI:n luomat toimintaindikaattorit hyvin yrityksenne yhteiskuntavastuuraportoinnin tarpeet?
11. GRI tarjoaa yhteensä 9 taloudellista toimintaindikaattoria, 30 ympäristöindikaattoria, 40 sosiaalista toimintaindikaattoria sekä 16 finanssialan lisäindikaattoria. Onko jako määrällisesti ja laadullisesti yrityksenne mielestä onnistunut?
12. Miten määritellään, mitkä toimintaindikaattorit ovat epäoleellisia tai oleellisia yritystoimintanne kannalta?
13. Millä perusteilla määritetään, että toimintaindikaattorin mukaisesti on raportoitu osittain tai kokonaisuudessaan?

### Yhteiskuntavastuuraportointi ja sidosryhmät

14. Mille sidosryhmille yhteiskuntavastuuraportit ovat suunnattu?
15. Mitä lisäarvoa sidosryhmät saavat yrityksenne yhteiskuntavastuuraportoinnista?
16. Mikä on ollut sidosryhmien mielipide yhteiskuntavastuuraportoinnista?
17. Onko yrityksenne sidosryhmien kanssa tehty yhteistyötä yhteiskuntavastuuraporttien laatimisessa?